



Universidad de Valladolid

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Grado en Economía

Principales aspectos del consumo colaborativo en España

Presentado por:

Rubén Cadierno Ferrero

Tutelado por:

Vicente Mambrilla Rivera

Valladolid, 4 de abril de 2016

INDICE GENERAL

1. INTRODUCCIÓN A LA ECONOMIA O CONSUMO COLABORATIVO.	4
1.1. ¿Qué es la economía o consumo colaborativo?	4
1.2. Características principales	7
1.2.1. Tipos de economía colaborativa	7
1.2.2 Sistemas de economía colaborativa.	9
1.2.3 Plataformas de economía colaborativa.....	11
1.3. La economía colaborativa en el mundo digital: el mercado digital	13
1.4. Influencia/repercusion de la economía colaborativa sobre el conjunto de la economía	17
1.4.1. Adigital.....	17
1.4.1.1. Características y objetivos.....	17
1.4.1.2. Órganos de Gobierno.	18
1.4.1.3. Beneficios asociados.....	18
1.4.2. Efectos de la economía colaborativa sobre el mercado global.	19
2. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA ECONOMIA COLABORATIVA.....	20
2.1 Ventajas.	20
2.2. Desventajas.	21
3. REGULACION LEGAL DEL CONSUMO COLABORATIVO.....	24
3.1. Principios que debe respetar.....	24
3.2. Regulacion del consumo colaborativo en el marco de la UE y del derecho español.	26

3.2.1. Situación actual y futura en el marco de la UE.	26
3.2.2. Situación actual y futura en el marco de España.....	28
4. ESTUDIO DE CASO: UBER.....	30
4.1. ¿Qué es Uber?.....	30
4.1.1. Aspectos generales.	30
4.1.2 Funcionamiento de la compañía.	31
4.1.3. Países donde opera.....	33
4.1.4. Beneficios que aporta a los ciudadanos.	34
4.2. Controversias sobre su funcionamiento.	35
4.3. Regulación de Uber.	37
4.4 Conflicto Uber versus sector del taxil.....	40
4.5. Posibles soluciones para un mejor funcionamiento.	42
5. CONCLUSIONES.....	44
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	46

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1: Proyectos de economía colaborativa en España.....	13
Gráfico 2: Resultado de encuesta a empresarios del sector tradicional sobre economía colaborativa.....	24
Gráfico 3: Regiones del mundo con mayor presencia de Uber.....	34

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Diferencias de precios entre Uber y el taxi en la ciudad de Madrid....	34
---	----

1. INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA O CONSUMO COLABORATIVO.

1.1. ¿QUÉ ES LA ECONOMÍA O CONSUMO COLABORATIVO?

El presente trabajo de investigación se va a centrar en el estudio de la economía colaborativa, para posteriormente se realizar un estudio de caso acerca de la empresa “Uber”, una de las muchas plataformas de economía colaborativa existentes actualmente.

Comencemos nuestra labor de investigación explicando qué es exactamente la economía colaborativa: se trata de un creciente e innovador modelo económico basado en la compra, venta, alquiler, préstamo, regalo o intercambio de bienes y servicios a través de los nuevos usos de internet, las tecnologías móviles y de las comunidades. Se estima que en España se venden objetos de segunda mano por un valor aproximado de 2.300 millones de euros.

Tal es su importancia que, según la revista Forbes, la economía o consumo colaborativo se está convirtiendo en un modelo de negocio a escala internacional con un crecimiento anual de más del 25%, capaz de generar más de 3.500 millones de dólares al año.

La economía colaborativa está pensada para satisfacer necesidades específicas de las personas, sin pensar tanto en conseguir beneficios económicos. De hecho, en muchas de las transacciones que se realizan, el valor de cambio utilizado para las transacciones no es dinero, ya que hay casos en los que se intercambian únicamente un bien por otro bien sin necesidad de efectuar operación monetaria alguna. Es decir, es un modelo que se basa en la ayuda mutua y en la colaboración entre individuos.

Este nuevo sistema económico permite un uso más intensivo de los bienes y servicios existentes, ya que no se basa tanto en el concepto de propiedad, sino en el de necesidad. Las personas, gracias a estas plataformas emergentes, podemos acceder a una mayor cantidad de bienes y servicios, a un precio más bajo que si lo adquiriéramos en un establecimiento, y en función de las necesidades que tengamos.

El continuo crecimiento que está consiguiendo la economía colaborativa puede dar lugar a un nuevo modelo de consumo mucho más equilibrado y sostenible, debido a que permite un uso más eficiente de los recursos, además de reducir problemas de ámbito social o medioambiental, entre otros.

En nuestro país concretamente, algunos expertos ubican el inicio del consumo o economía colaborativa entre los años 2007 y 2008, fecha en la que se produjo la crisis económica y financiera, y momento en el cual las familias, por lo general, no contaban con grandes beneficios y necesitaban ingresos rápidos.

Pero no podemos decir que fue únicamente la falta de ingresos lo que propició el surgimiento de este nuevo sistema económico, sino que hubo otra serie de factores, entre los cuales podemos señalar:

1. Cambio de mentalidad en las sociedades. Los individuos nos hemos dado cuenta de que en el pasado hemos consumido, en muchas ocasiones, por encima de nuestras posibilidades. No siempre es necesario comprar un producto cuando el que poseíamos con anterioridad se estropea, sino que existen estas plataformas de economía colaborativa en las cuales podemos adquirir ese bien a un precio menor, o incluso gratuito. Personalmente, considero que si no hubiera habido este cambio de sociedad consumista a sociedad, digamos comunitaria, los recursos del planeta escasearían de tal forma que sería imposible abastecer a las futuras generaciones.
2. Factores económicos. La crisis financiera global producida provocó que los ingresos por hogar disminuyeran en gran medida. El hecho de que los ciudadanos dispusieran de menos cantidad de dinero ha hecho posible el surgimiento de nuevas plataformas en las cuales las personas pueden intercambiar recursos y generar algún tipo de ingreso extra.
3. Pérdida de confianza en empresas, instituciones y corporaciones. Los escándalos de corrupción relacionados con partidos políticos, sindicatos e incluso de ámbito monárquico, las precarias condiciones laborales a las que tienen sometidos las grandes empresas a sus trabajadores, etc...todo esto ha provocado que una gran cantidad de personas recurran a las

plataformas de consumo colaborativo para realizar aquellas operaciones de compra-venta de bienes y servicios que en otra ocasión hubieran realizado en empresas, instituciones o grandes establecimientos (tanto de carácter público como privado) si no existiera esta falta de confianza.

4. La revolución digital. El potente y rápido avance de las tecnologías de información y la comunicación ha sido fundamental para el desarrollo de la economía colaborativa. La revolución producida en la forma en la que los individuos se relacionan y consumen se debe en gran medida al uso de internet.

La investigación llevada a cabo en este trabajo acerca de la economía colaborativa se realizó por el interés de conocer por qué ha crecido tanto, y en tan poco tiempo, este innovador sistema económico. Además del interés sobre como es el funcionamiento de estas plataformas y la repercusión que éstas están teniendo tanto en los ciudadanos como en las empresas de su competencia.

El presente trabajo está estructurado en seis apartados, de los cuales el grueso del contenido se encuentra en los cuatro primeros, también se incluye un apartado con las conclusiones pertinentes y la bibliografía utilizada para la realización de dicho trabajo.

En este primer apartado analizaremos las principales características de la economía colaborativa, además, veremos la repercusión de la economía digital en el mundo digital y la influencia que está teniendo este nuevo sistema económico sobre el conjunto global de la economía.

El segundo de los apartados está destinado a analizar las principales ventajas y desventajas que la economía colaborativa tiene.

El tercer apartado está relacionado con la regulación legal del consumo o economía colaborativa. Dentro de este apartado nos centraremos en los principales principios que deberá respetar y trataremos de describir cómo se encuentra regulada en el marco de la UE y del derecho español, si es que se encuentra regulada.

En el cuarto de los apartados realizaremos el ya mencionado estudio de caso acerca de una de las plataformas de economía colaborativa más controvertidas

en la actualidad: Uber. Trataremos de analizar su funcionamiento, si se encuentra o no regulada, las controversias que suscita su funcionamiento, además de explicar el conflicto existente entre esta empresa y el sector del taxi, y finalmente, aportar algunas soluciones para un mejor funcionamiento de la compañía.

1.2. CARACTERISTICAS PRINCIPALES.

1.2.1. Tipos de economía colaborativa

Dentro del marco de la economía colaborativa existen distintos tipos en función de los productos o necesidades que tengan tanto consumidores como productores.

Vamos a establecer cuatro tipos de economía colaborativa: consumo colaborativo, conocimiento compartido, producción colaborativa y finanzas corporativas.

A continuación pasamos a describir cada una de ellas.

Consumo colaborativo.

Podemos considerar el consumo colaborativo y economía colaborativa como dos términos de idéntico significado. El consumo colaborativo se basa en la utilización de las ya mencionadas plataformas digitales con el fin de poner en contacto a consumidores y productores y originar de esta forma el intercambio de un bien o servicio.

Si nos centramos en la definición más puramente económica, hablamos de consumo colaborativo cuando una persona utiliza una plataforma digital para prestar un bien o servicio a otra persona, y recibir a cambio una contraprestación económica. De esta forma, no entrarían dentro del consumo colaborativo aquellas redes sociales en las que se comparten bienes o servicios de forma gratuita.

Conocimiento abierto.

El conocimiento abierto engloba una serie de acciones y principios destinados a que todos los individuos tengan un libre acceso a la información, investigación y

el aprendizaje, es decir, tratan de promover el conocimiento libre sin que exista ningún tipo de barrera de carácter administrativo o legal. Hay que señalar que dicho conocimiento utiliza fundamentalmente las conocidas tecnologías de la información y comunicación para conectarse con las personas que necesiten su ayuda.

Internet tiene gran importancia en el avance de este conocimiento, ya que pone a disposición toda aquella información compartida por otros individuos, con el objetivo de que otros usuarios puedan acceder a ésta y gestionarla de la forma que ellos crean más conveniente. Y es así como se transforma la información en conocimiento, mediante el apoyo y difusión de forma interactiva por parte de los usuarios.

Un ejemplo de conocimiento abierto es la web www.Wikipedia.com. En dicha web se comparte información por parte de una gran comunidad de usuarios, transformándose así en conocimiento para otros individuos.

Producción colaborativa.

Son aquellas redes digitales mediante las cuales se promueven la difusión tanto de servicios como de proyectos de diversa índole. Dentro de estas redes se encuentran una serie de estructuras de carácter profesional que permiten poner en contacto a usuarios para la organización y elaboración de un proyecto, servicio, etc.

Por lo tanto, podríamos pensar que la producción colaborativa es lo mismo que el conocimiento abierto o el consumo colaborativo, sin embargo, la diferencia radica en que lo que estas redes ofrecen se produce también dentro de las mismas.

Como también ocurría con el consumo colaborativo, la producción colaborativa engloba tanto iniciativas de cooperación no remunerada como modelos de negocio con carácter lucrativo.

Sin embargo, un mal uso de esta denominada producción colaborativa puede ocasionar problemas, por ejemplo, puede haber riesgo de que las condiciones de libre mercado se vean vulneradas debido al poder de negociación de grandes empresas y corporaciones sobre el pequeño autónomo.

Finanzas colaborativas.

Las finanzas colaborativas son aquellas transacciones de carácter financiero que se producen entre individuos de forma directa, sin intervención de instituciones financieras.

Los medios sociales y las plataformas peer to peer han propiciado el crecimiento de este tipo de financiación.

Dentro de las finanzas colaborativas las más conocidas son: los préstamos sociales, los microcréditos, los ahorros sociales, y sobre todo, el *crowdfunding*. El *crowdfunding* se basa en la aportación de capital de forma desinteresada por parte de individuos con el fin de ayudar a financiar ciertas iniciativas propuestas por otras personas.

1.2.2 Sistemas de economía colaborativa.

Según vamos avanzando en nuestra investigación, nos damos cuenta como la economía colaborativa ha cambiado el modo de pensar de las personas. Estamos en una época en la cual el tener acceso a un bien o un servicio nos reporta más beneficio que poseerlo. De esta forma, las comunidades de individuos resolvemos nuestras necesidades de una forma distinta a como se resolvía antes. Por ejemplo, en vez de comprar un taladro, el cual vamos a usar durante un muy corto periodo de tiempo, acudimos a una de las muchas plataformas de consumo colaborativo y lo alquilamos, o incluso nos lo puedan prestar de manera gratuita.

Pero bien, como las necesidades ahora son diferentes, los métodos para resolverlas también lo son.

Atendiendo al libro publicado en 2010 llamado «*What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*» de Rachel Botsman y Roo Rogers, se establecen tres categorías o sistemas de economía colaborativa. Pasamos a continuación a describir cada una de ellas.

- Sistemas basados en el producto. Los sistemas basados en el producto son aquellos en los cuales el individuo paga por la utilización del producto, sin la obligación de adquirirlo. Dentro de este sistema podemos señalar cualquiera de las plataformas para compartir vehículo (Blablacar,

Amovens, VoyEnCoche, etc), o también aquellas plataformas de alquiler de objetos entre particulares (CasiNuevo, Truke, Wallapop).

- Mercados de redistribución. En estos mercados se produce una redistribución de la propiedad de un determinado bien por parte de un individuo que ya no lo utiliza hacia otra persona que puede estar interesada en reutilizar ese producto.

Estos mercados son muy diversos. Nos podemos encontrar con plataformas en las cuales se cede dicho objeto o producto sin necesidad de recibir nada a cambio (No Lo Tiro), también hay plataformas donde existe un intercambio de producto por producto (RopaDona, etruekkko), o bien plataformas donde se produce la compraventa de productos por un precio inferior al de mercado (Milanuncios, SegundaMano).

- Estilos de vida colaborativos. Este sistema engloba todas aquellas iniciativas en las cuales no se produce exclusivamente el intercambio o la donación de productos, sino que se intercambian bienes que no son tangibles, como puede ser el tiempo, las habilidades o los conocimientos de un individuo. De esta forma, la persona puede adquirir experiencia y conocimiento sin apenas gastar dinero.

Por lo general, los estilos de vida colaborativos tienen un alcance local o de barrio, aunque tenemos algunos casos como es el de Airbnb, una plataforma de alcance global que permite alquilar el cuarto de tu casa a otra persona, y así, además de ganar dinero por dicho alquiler, ambos se benefician mutuamente de las experiencias y conocimientos que se aportan entre sí. Por citar algunos estilos, nos encontramos con espacios que son compartidos por individuos para realizar algún tipo de trabajo físico (Coworking), compartir huertos de cultivo (Huertos Compartidos), o incluso el Wifi (Fon), entre otros muchos.

Si tenemos claro estos tres sistemas, podemos tener una visión más amplia del alcance que está teniendo la economía colaborativa en el día a día de las personas. También sirve para darnos cuenta que para colaborar con otras ciudadanos y compartir, tanto bienes tangibles como intangibles, no existe

ninguna barrera, sino las ganas de movilizarse y querer ayudar tanto a otras personas que tienen necesidades como al medio ambiente y al conjunto de la sociedad.

1.2.3 Plataformas de economía colaborativa.

La función que tienen las plataformas de economía colaborativa es la generación de utilidad por medio de una serie de distintos modelos de negocio de economía colaborativa.

A continuación vamos a pasar a explicar brevemente las que considero que son, a mi juicio, las plataformas de más éxito.

1. Plataforma de donaciones. Son aquellas plataformas que facilitan fondos para la realización de proyectos sin esperar remuneración alguna. Por lo general, los proyectos que se financian son aquellas que tienen un contexto de carácter social o humanitario. Un ejemplo de plataforma de donaciones es la página *Goteo*, es una plataforma de inversión de “capital riesgo” para proyectos de obra social, cultural, educativa o tecnológica.
2. Plataforma de recompensas. En esta plataforma, al contrario que lo que ocurría en el caso anterior, la cantidad que se invierte en el proyecto determinado lleva asociada una contraprestación, que puede ser de carácter monetario o no. Una recompensa no monetaria por ejemplo puede ser el producto el cual se ha financiado. Un ejemplo de estas plataformas es *Verkami*, la cual recaudó en 2014 14 millones de euros.
3. Plataforma de compra-venta de productos o servicios. Son las plataformas más conocidas por todas las personas. En ellas se ponen en contacto oferentes y demandantes bien de productos o bien de servicios a través de dicha plataforma, y llegan a un acuerdo para realizar el intercambio. Las páginas se financian ya que ganan un porcentaje del precio del producto o servicio, o también cobrará a los usuarios que quieran que su anuncio se encuentre en una posición más visible.

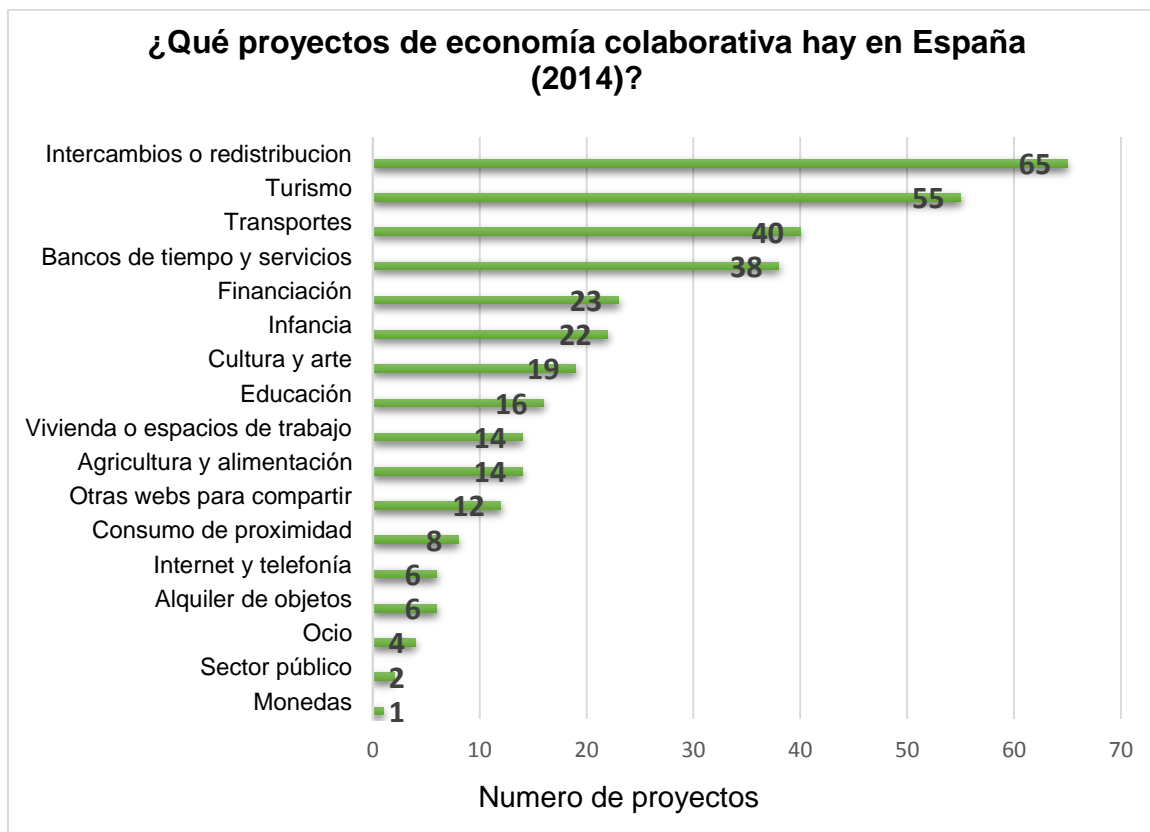
Ejemplos de plataformas de compra-venta son *Mi Trastero*, *Loquo* o *SegundaMano*, entre otras muchas otras.

4. Plataformas de intercambio o trueque. En estas plataformas se produce el mero intercambio de productos o servicios entre los individuos. Las personas intercambian aquello que ya no usan por algo que pueden necesitar sin que haya ningún coste de por medio. Algunas de estas plataformas de intercambio son *QuieroCambiarlo*, *Etruekko* o *Creciclando*.

5. Plataformas de empleo. En estas plataformas se producen contactos entre oferentes y demandantes de empleo para la realización conjunta de un determinado trabajo. Cuando una persona necesita la ayuda de otra para llevar a cabo una tarea determinada acude a estas plataformas para encontrar un trabajador. Dichas plataformas se financian por medio de porcentajes sobre lo que el oferente paga al trabajador, además de por las suscripciones que pagan los demandantes para que aparezcan bien posicionados cuando existen puestos de trabajo en oferta. Algunas de estas plataformas son *Infojobs* o *PorTalento*.

Para hacernos una idea de la cantidad de plataformas de economía colaborativa que existen, el siguiente gráfico muestra los distintas compañías existentes en el año 2014, a las cuales habrá que sumar la cantidad de nuevos proyectos de economía colaborativa que han surgido desde ese año hasta la actualidad.

Grafico 1: Proyectos de economía colaborativa existentes en España (2014).



Fuente: Elaboración propia a partir del documento “Economía colaborativa para subsistir”, publicado por el periódico El Mundo. Disponible en: <http://www.elmundo.es/grafico/economia/2014/12/14/548b3af4268e3e03108b4571.html>

1.3. LA ECONOMIA COLABORATIVA EN EL MUNDO DIGITAL: EL MERCADO DIGITAL

Conforme vamos avanzando en nuestra investigación estamos empezando a comprender lo tremendamente impregnada que se encuentra en el mundo actual la economía colaborativa. Los tiempos cambian y el uso de las nuevas tecnologías está propiciando que las economías tengan que adaptarse a los cambios que se están sucediendo. Como señaló el vicepresidente de la Comisión Europea Andrus Ansip “*la digitalización ha cambiado nuestro entorno pero el mercado europeo no funciona correctamente*”.

Es por ello por lo que la Comisión Europea ha optado por la creación y establecimiento de un mercado único digital, que traerá grandes ventajas para la economía global europea.

El mercado único digital consiste en la eliminación de las barreras nacionales a las transacciones que se efectúan en línea, y pasar así de 28 mercados de

carácter nacional a un único mercado común para todos los países de la UE. Uno de sus objetivos finales es conseguir llegar a estándares paneuropeos que permitan la creación de pequeñas y medianas empresas digitales, tal como dijo el presidente de la Comisión Europea Jean-Claude Juncker: *“Deseo ver una red de comunicación paneuropea con servicios digitales que crucen fronteras”*.

Este proyecto de mercado único tratará de modernizar y suavizar normas sensibles como son las referentes a la propiedad intelectual, a los derechos contractuales de un contrato o los procedimientos de adjudicación del espacio radioeléctrico. El comisario europeo de Economía digital Günther Oettinger dijo en una rueda de prensa acerca del mercado único digital: *“La europeización es necesaria para que Europa pueda competir con otras partes del mundo en el mercado digital. Se trata de crear una nueva UE con una economía más inteligente, sostenible e integradora”*.

El mercado único digital reúne todas aquellas características para conseguir un mejor acceso a la información para los consumidores o mejorar la eficiencia gracias a una reducción de los costes de las transacciones. Además, puede fomentar nuevas oportunidades de negocio gracias al comercio electrónico, y esto es muy importante, ya que un mayor comercio electrónico y de mejor calidad puede generar beneficios importantes para los consumidores, como precios más bajos o un abanico más amplio de bienes y servicios de mayor calidad, todo esto gracias al comercio transfronterizo y a una mayor facilidad a la hora de comparar las distintas ofertas.

Para que todas estas medidas surjan efecto, la Comisión ha elaborado una estrategia basada en un conjunto de 16 iniciativas divididas en 3 pilares fundamentales, que son:

1. Mejora en el acceso de los consumidores y empresas a los bienes y servicios digitales en todo el territorio europeo.
2. Crear las condiciones adecuadas para que las redes digitales y los servicios innovadores puedan prosperar.
3. Maximizar el potencial de crecimiento que posee la economía colaborativa.

A continuación, pasamos a describir las estrategias más destacadas dentro de cada uno de los pilares anteriormente citados.

Pilar 1: Mejora en el acceso de los consumidores y empresas a los bienes y servicios digitales en todo el territorio europeo.

La Comisión va a proponer:

1. Normas que faciliten el comercio electrónico transfronterizo, por ejemplo, normas relacionados con los contratos y con la protección de los consumidores cuando se realicen procesos de compraventa de productos a través de internet. De esta forma, los consumidores podrán optar a una gama más amplia de ofertas y tener mejores derechos, y a su vez, las empresas podrán vender sus productos en más países de la UE.
2. Una paquetería más asequible y de mayor calidad, ya que un 62% de empresas que venden en internet consideran que dichos costes son altos y frenan sus potenciales beneficios.
3. Acabar con el bloqueo geográfico, que se produce cuando los vendedores en línea prohíben a los compradores acceder a una página web en función de la ubicación en que estos se encuentren.
4. Investigación de la competencia antimonopolística en el sector del comercio electrónico.
5. La modernización y europeización de la legislación sobre los derechos de autor, con el fin de permitir un mejor acceso a las obras en todo el marco de la UE.
6. La reducción de la carga administrativa a la que se tienen que hacer cargo las empresas debido a los regímenes del IVA.

PILAR 2: Crear las condiciones adecuadas para que las redes digitales y los servicios innovadores puedan prosperar.

La Comisión:

7. Realizará una revisión ambiciosa de la normativa acerca de las telecomunicaciones de la UE, como por ejemplo, la creación de un

marco institucional eficaz o el garantizar la igualdad de condiciones para todos los agentes del mercado.

8. Efectuará una revisión del marco institucional audiovisual, con el objetivo de adaptarlo al siglo XXI.
9. Analizará las funciones de las plataformas en línea en el mercado, tales como los motores de búsqueda o las redes sociales, en aspectos como la transparencia de resultados de búsqueda o la relación plataformas-proveedores.
10. Reforzará la seguridad y confianza en los servicios digitales, principalmente en la gestión de los datos personales.

PILAR 3: Maximizar el potencial de crecimiento que posee la economía colaborativa.

La Comisión también:

11. Propondrá una iniciativa europea de libre flujo de datos dentro de la UE, modificando las restricciones al almacenamiento o acceso de los datos con el objetivo de favorecer la innovación.
12. Definirá las normas e interoperabilidad en distintos ámbitos muy importantes para el mercado único digital, como son la energía, el transporte o la sanidad.
13. Se esforzará para conseguir una sociedad más integrada, para que las personas tengan aquellas cualificaciones necesarias y así aprovechar las oportunidades que ofrece internet y aumentar la posibilidad de encontrar un trabajo.

Todas estas acciones que la Comisión Europea pretende llevar a cabo e implantar antes de finales de este año 2016 traerán importantes beneficios para la economía europea. Se estima que podría suponer al conjunto de la economía unos beneficios de 415.000 millones de euros anuales, además de la creación de casi 4 millones de puestos de trabajo.

Algunos otros beneficios que se han estimado son los siguientes: una mejora del 46% en el teletrabajo y del 41% en la productividad, aumento de las

oportunidades de negocio en un 33% y de mercados en un 32%. A su vez, las personas más vulnerables, como las personas de avanzada edad o personas que habitan en zonas rurales aisladas, también se verán beneficiadas con el mercado único digital, debido a que la UE estará en una posición mejor a la actual para atacar los problemas demográficos existentes hoy en día.

1.4. INFLUENCIA/REPERCUSION DE LA ECONOMIA COLABORATIVA SOBRE EL CONJUNTO DE LA ECONOMIA

A lo largo del trabajo nos estamos dando cuenta de lo presente que está en el día a día el consumo o economía colaborativa. Es muy probable que todos nosotros alguna vez hayamos contribuido a este tipo de economía sin ni siquiera darnos cuenta.

Por ello, en vista de lo novedoso y relativamente actual que es dicho tema, y los beneficios que aporta al conjunto de la sociedad, están surgiendo organismos y asociaciones que se encargan de velar por un correcto funcionamiento y una adecuada gestión de este tipo de economía.

A continuación vamos a centrarnos en una de ellas y ver cómo es su funcionamiento.

1.4.1. Adigital.

1.4.1.1. Características y objetivos.

Adigital es un conjunto de empresas de carácter innovador y transformador que trabajan y se implican en el desarrollo de la economía basada en Internet, las nuevas tecnologías y el medio digital. Tienen un objetivo único: el crecimiento de la Economía Digital en España.

Adigital se encarga de asesorar a sus asociados en numerosos aspectos, tales como la formación en materias legales; asesoramiento de carácter legal, es decir, aspectos referentes a la protección de datos, privacidad, fiscalidad, etc. Además, realizan estudios e informes sobre aspectos relacionados con la economía digital para facilitar los procesos de decisión de sus empresas asociadas.

Los objetivos principales que persigue Adigital son:

1. Fomento, divulgación e impulso de la economía digital en España en actividades de comercio electrónico, contenido de carácter digital y economía colaborativa.
2. Ayudar a mejorar la competitividad y proyección para que esas actividades tengan en España un adecuado modelo de negocio.
3. Asesorar y ayudar de manera continua a las empresas españolas en el proceso de transformación digital.
4. Elaborar políticas eficientes y de forma racional para favorecer la innovación, el crecimiento y el desarrollo de la economía digital.
5. Fomentar la creación de empresas de base tecnológica.
6. Intentar mejorar la confianza que los usuarios y consumidores tienen acerca de la economía digital y los emergentes modelos de negocio.

1.4.1.2. Órganos de Gobierno.

Los principales órganos de gobierno son: la Asamblea General y la Junta Directiva. La Asamblea General está compuesta por todas las empresas que se encuentran asociadas. Todos los acuerdos y decisiones que se toman en la Asamblea deberán ser acatados por los demás órganos de gobierno. La Asamblea se reúne, al menos, una vez al año.

Por su parte, la Junta Directiva se ocupa de la parte ejecutiva de la asociación, y es la encargada de las tareas de dirección, administración y representación de los intereses que tengan los asociados.

1.4.1.3. Beneficios asociados.

El hecho de ser una de las más de 500 empresas que se encuentran inscritas en la plataforma de Adigital conlleva una serie de beneficios asociados, algunos de los cuales son:

- Asesoramiento, formación e información sobre todo lo que concierne a la economía digital.
- Desarrollo para la empresa, ya que Adigital ayuda a la promoción e impulso del negocio.
- Fuerte proyección a nivel internacional, debido a la participación en órganos europeos.

- Garantía de buenas prácticas. Adigital muestra un fuerte compromiso para asegurar la transparencia y fortalecer la confianza en entornos digitales.

1.4.2. Efectos de la economía colaborativa sobre el mercado global.

En este último apartado vamos a señalar algunos de los principales cambios o efectos que la economía colaborativa ha producido en los mercados globales, ya que, como hemos visto con anterioridad, la economía o consumo colaborativo se encuentra tan presente que está provocando que los mercados tengan que adaptarse a los nuevos tiempos.

Algunos de los efectos que ha producido, y está produciendo, la economía colaborativa sobre los mercados son:

- Una mayor información disponible para el consumidor a la hora de adquirir el bien o servicio que está buscando. El hecho de que haya mayor información sobre los productos permite que el potencial consumidor pueda comparar entre distintas alternativas y escoger aquella que le resulte más conveniente.
- Reducción en los costes de transacción debido a que en la economía colaborativa, por lo general, no hay intermediarios entre el consumidor y el oferente del bien o servicio.
- La reutilización de aquellos recursos que permanecían ociosos para algunas personas, pero que pueden ser de utilidad para otras. Esto genera externalidades ambientales positivas, además de una gran eficiencia económica.
- El consumidor dispone de una mayor oferta de bienes y servicios debido a que no existen limitaciones espaciales (una persona puede comprar un producto directamente a China gracias a los nuevos modelos de economía colaborativa). También, el oferente puede poner en venta sus bienes y servicios sin limitaciones de carácter espacial, con lo cual, ambos salen beneficiados.
- Mayor competitividad para las empresas, debido a la mayor cantidad y variedad de productos existentes en el mercado. Los proveedores más “tradicionales” tendrán que invertir en procesos de innovación, además de

bajar los precios, si quieren seguir optando a una cartera de clientes amplia.

2. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA ECONOMIA COLABORATIVA.

2.1 VENTAJAS.

Conforme vamos conociendo más información acerca del consumo colaborativo y su funcionamiento, nos damos cuenta de lo integrada que está en nuestra sociedad y de la cantidad de beneficios que aporta a distintos niveles, como por ejemplo, a los propios consumidores o al medio ambiente en general.

A continuación, vamos a tratar de desarrollar cuales son las principales ventajas que aporta la economía colaborativa:

1. Mejor eficiencia en el aprovechamiento de los recursos. Se trata de una ventaja muy importante, que beneficia a todas las personas. El ejemplo más claro en este caso son las plataformas que ponen en contacto a personas desconocidas para compartir vehículo y gastos de ese viaje. Aparte de suponer una ventaja para los individuos, ya que el gasto de ese viaje es menor, supone una ventaja para el medio ambiente, debido a que si se comparte vehículo habrá menos coches en circulación y por tanto las emisiones de CO2 a la atmósfera se ven reducidas en gran medida.
2. Mejora de la competencia. El éxito que están teniendo estas plataformas provoca que los sectores más tradicionales hayan visto reducida su cartera de clientes. En un principio esto puede ser considerado desventaja desde el punto de vista de estos sectores, pero para el consumidor supone una ventaja, ya que estos sectores más tradicionales se verán obligados a innovar, con lo cual se produce una mejora de la actividad económica, y en definitiva, de la competencia.
3. Desarrollo sostenible y mejora del medio ambiente. La economía colaborativa favorece un consumo moderado de los productos. Por ejemplo, el hecho de que un producto no sea de utilidad para una persona

no significa que no pueda serlo para otra. Habrá nuevos destinatarios de este producto en las plataformas de economía colaborativa. Además, la reutilización de los productos y los servicios compartidos favorecen el cuidado y sostenibilidad del medio ambiente, debido a que el alquiler y el intercambio de productos significan producir y gastar en menor cantidad.

4. Ahorro de dinero. La inmensa mayoría de productos o servicios que son ofertados en estas plataformas poseen un valor inferior, o incluso simbólico, a los que se ofertan en los grandes establecimientos, o las grandes compañías, si nos referimos a los servicios.
5. Beneficio social. El consumo colaborativo favorece que personas de una comunidad que se desconocen se pongan en contacto ellos mismos, y de esta forma se van a favorecer las relaciones de carácter personal entre los individuos, resurgiendo de esta forma el término de “comunidad”. *Tal y como decía Rachel Botsman¹: “esto funciona porque la gente puede confiar en los demás”.*

2.2. DESVENTAJAS.

La economía colaborativa presenta una serie de riesgos o desventajas que es importante que analicemos y tengamos en cuenta de cara a la elaboración de nuestra conclusión final.

Los principales aspectos negativos que vamos a destacar son los siguientes:

1. Falta de regulación. Hablamos de falta de control ya que la mayoría de estas plataformas de consumo colaborativo no son empresas en sí mismas, y por lo tanto carecen de una regulación específica, como la que tienen el resto de empresas tradicionales. Esto provoca problemas de diversa índole, como por ejemplo, que la competencia entre estas nuevas “empresas” y las tradicionales no se realiza en igualdad de condiciones, y por lo tanto entramos en el marco de la competencia desleal. Por ejemplo, plataformas como Uber o Airbnb compiten contra el sector del transporte y hotelero sin pagar los impuestos que estos si

¹co-autor del libro “Lo que es mío es tuyo: el auge del consumo colaborativo.

deben pagar, debido a la ausencia de regulación que estas plataformas tienen.

2. Desprotección del consumidor. La falta de regulación provoca que el consumidor se encuentre desprotegido frente a estas compañías. Cuando una persona va a realizar algún tipo de actividad utilizando alguna de estas plataformas, esa persona no conoce a la otra con la que va a interactuar, y esto puede resultar un tanto peligroso. Pongamos un ejemplo: una persona puede alquilar un piso para pasar unos días de vacaciones sin saber que en ese mismo piso días antes se han estado realizando actividades de dudosa legalidad; puede haber una inspección de seguridad en el momento en el que esa persona esté disfrutando de sus vacaciones y puede verse involucrado involuntariamente en dicho delito. Pero también puede ocurrir el caso contrario, como que los alquilados destrocen el piso que se les ha sido alquilado sin motivo alguno. Por lo tanto, en estos casos la confianza hacia otras personas ha de ser fundamental, y además, es importante leer las valoraciones escritas por otros consumidores en las plataformas antes de tomar una decisión final, ya que puede ayudar a la toma de decisión.

3. Creación de monopolios. Este es un riesgo que se encuentra muy latente en la actualidad. La oposición a estas plataformas de consumo colaborativo vienen por parte tanto de pequeñas empresas o trabajadores, como por las grandes multinacionales. Y estas críticas son realizadas ya que piensan que lo que en un principio son plataformas de ayuda a pequeños consumidores o comunidades, con el tiempo pueden crecer y acabar acaparando tanta cuota de mercado que se conviertan en grandes monopolios, quitándoles los beneficios que estas pequeñas empresas se llevaban antes y, en consecuencia, destruyendo numerosos puestos de trabajo. El caso de mayor repercusión para reflejar este aspecto de los monopolios es el de Uber, una pequeña compañía que fue creada como una alternativa al taxi y que ha acabado por convertirse en una gran empresa multinacional

que ha “robado” al sector del taxi cientos de miles de potenciales clientes, ya que ofrece un servicio de mayor calidad y a un menor precio que el sector del taxi.

Y además, nos podemos encontrar con que los nuevos monopolios que se creen puedan imponer una normativa totalmente distinta a la actual y aprovecharse de la falta de regulación de la que carecen.

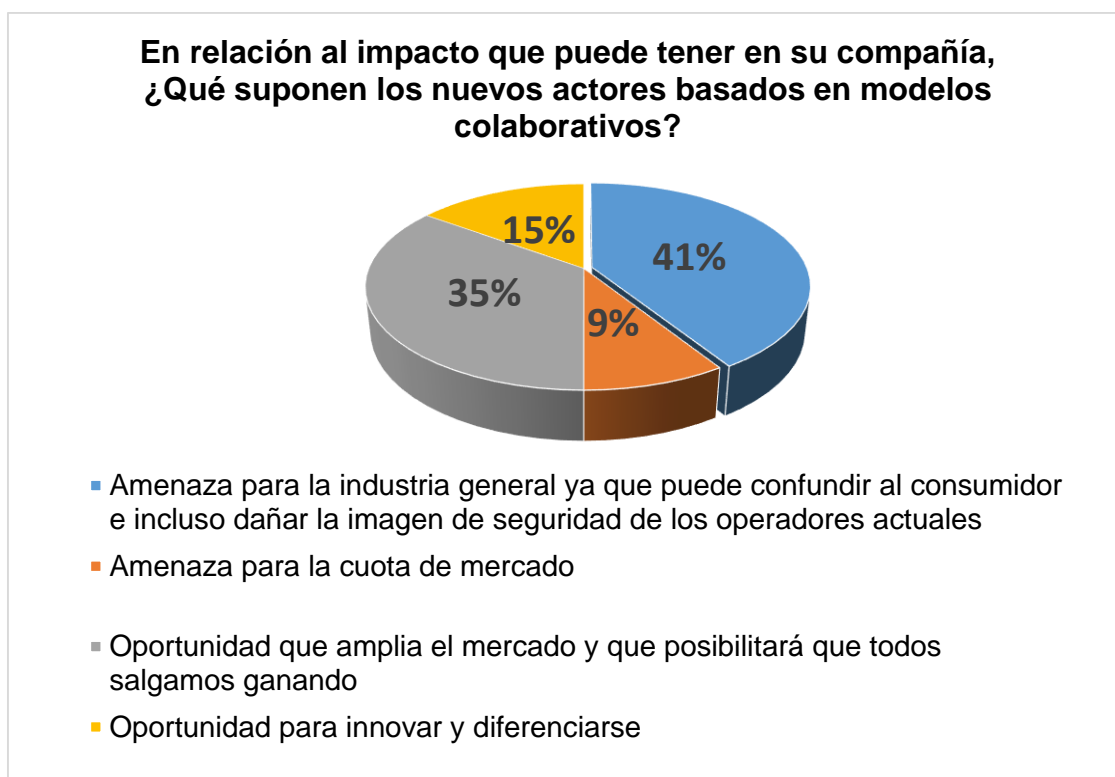
4. Novedades en el crecimiento. Debido a la gran cantidad de plataformas de economía colaborativa existentes, y a la gran cantidad que se crean casi diariamente, al consumidor se le hace difícil tener un conocimiento pleno sobre ellas y tener confianza para participar en estas. Además, esto provoca que aquellas plataformas cuyos recursos sean escasos, o muy limitados, no obtendrán su crecimiento y expansión deseada.

En definitiva, las ventajas que la economía colaborativa puede ofrecer tanto a los individuos como a la economía en general superan a los inconvenientes que estos tienen. Sin embargo, hay que poner énfasis en solucionar algunos de estos riesgos, principalmente el relacionado con la regulación de estas actividades, para conseguir que esta nueva forma de economía se implante en nuestra sociedad de forma definitiva y, sobre todo, fiable.

Para concluir, vamos a mostrar en un gráfico cuales han sido los resultados de una encuesta elaborada por la empresa Deloitte a diversos directivos españoles de empresas del sector tradicional, principalmente del sector hotelero. Esta encuesta recoge la opinión de dichos directivos sobre los nuevos modelos de economía colaborativa.

²Deloitte Touche Tohmatsu es una de las los cuatro grandes firmas auditoras a nivel mundial.

Grafico 2: Resultado de encuesta a directivos de empresas españolas pertenecientes al sector tradicional sobre la economía colaborativa.



Fuente: Elaboración propia a partir del documento: “Economía colaborativa, una amenaza para el 50% de la industria turística”. Disponible en: http://www.hosteltur.com/110767_economia-colaborativa-amenaza-50-industria-turistica.html

3. REGULACION LEGAL DEL CONSUMO COLABORATIVO.

3.1. PRINCIPIOS QUE DEBE RESPETAR.

Sectores tradicionales, dentro de los cuales introducimos el sector del transporte, han permanecido durante muchos años sin apenas competencia, manejando las reglas del juego. Sin embargo, con la llegada de la economía colaborativa, estos sectores se están viendo seriamente amenazados, ya que ofrecen servicios similares a los suyos pero con unas condiciones más beneficiosas para el ciudadano. Las plataformas de economía colaborativa están cambiando la forma en que consumimos determinados productos y servicios, y parece evidente que han llegado para quedarse, pese a las controversias que puedan causar su modo de actuación.

Actualmente nuestro país no cuenta con una serie de normas o pautas que regulen la economía colaborativa, es por ello que estas plataformas están aprovechando el limbo legal existente para continuar con su ya mencionada expansión.

Por lo tanto, y centrándonos en la plataforma Uber, ya que es la compañía que desarrollaremos más en profundidad posteriormente, el hecho de que carezca de una regulación específica les permite operar con una serie de ventajas respecto a su principal rival, el sector del taxi. Dicho sector no está dispuesto a que Uber vuelva a operar en nuestro país, y en el resto de países donde Uber sí se encuentra operativo los enfrentamientos entre ambos son constantes.

El sector del transporte urbano, y más específicamente el gremio taxista, acusa a Uber de practicar una competencia desleal, ya que consideran que la actividad que desarrollan, y sobre todo, el modo en el que la desarrollan, es de dudosa legalidad. Esta es la causa principal por la cual asociaciones de taxistas intentan proteger su nicho de mercado y expulsar a estas empresas como del mercado, amparándose en la ley de competencia desleal.

Ante estas acusaciones, Uber argumenta que no son una empresa de transporte, sino una empresa tecnológica que hace la labor de intermediación, poniendo en contacto a conductores particulares con viajeros particulares para que ambos consigan un beneficio. Es por ello por lo que Uber considera que su empresa no debe pagar los impuestos que si abona el sector del taxi, por ejemplo, en el caso de las licencias.

Sin embargo, y pese a todo este conflicto entre ambos sectores, hay una serie de principios que la economía colaborativa, y a su vez, las autoridades dirigentes del país deben llevar a cabo y respetar con el fin de que la competitividad sea, en la medida de lo posible, lo más sana posible. Esos principios, los cuales considero de mayor importancia son:

1. Principio de proporcionalidad. Este principio trata de evitar que se impongan sanciones desmedidas a organismos que supongan una privación de la libertad de elección. Este principio podemos atribuirlo a los dirigentes de cada uno de los Estados, para que no abusen de su estatus

e impongan sanciones que limiten o prohíban, en este caso a Uber, su actividad, perjudicando a su vez la libertad de elección de la ciudadanía.

2. Transparencia. Los objetivos que persiga la regulación, así como la justificación de los mismos, han de quedar perfectamente definidos de forma muy clara.
3. Eficacia. La regulación que se establezca tiene que iniciarse con una clara identificación de los fines a alcanzar, además de establecer una serie de objetivos directos y tratando de evitar cargas impositivas innecesarias que dificulten el ejercicio de la actividad, en nuestro caso, el transporte de ciudadanos.
4. Simplicidad. Se han de establecer una serie de mecanismos de consulta con los agentes implicados, en este caso Uber y el sector del taxi, para que ambos participen activamente en el proceso de elaboración normativa, estableciendo un marco regulatoria sencillo que facilite su comprensión y ejecución.

De esta forma, si se respetan los principios anteriormente mencionados, se podrá establecer un marco normativo estable que regule todas aquellas empresas de consumo colaborativo, evitando de esta forma los enfrentamientos entre estas empresas y las más tradicionales.

3.2. REGULACIÓN DEL CONSUMO COLABORATIVO EN EL MARCO DE LA UNION EUROPEA Y DEL DERECHO ESPAÑOL.

3.2.1. Situación actual y futura en el marco de la UE.

Actualmente, no existe una regulación sobre el consumo colaborativa en el marco de la Unión Europea. Sin embargo, se está trabajando profundamente en ello para conseguir establecer, en un futuro no muy lejano, un marco normativo que regule las plataformas de economía colaborativa. Por ejemplo, como analizamos al principio de nuestra investigación, la Comisión Europea elaboró el pasado mes de noviembre un dictamen para la creación de un mercado único

digital, el cual pretende llevarse a cabo durante este año 2016, con el fin de que puedan desarrollarse las nuevas propuestas innovadoras y los nuevos modelos de negocio, especialmente los modelos de economía colaborativa. Como bien señaló el vicepresidente de la Comisión Europea, Jyrki Katainen, en una rueda de prensa el pasado mes de octubre: *“Se están creando nuevas oportunidades de negocio que generan nuevos empleos; estas compañías tienen que ser justas y pagar impuestos, lo que hay que buscar son normas comunes”*.

A su vez, el Comité de las Regiones³ (CDR) se ha posicionado también a favor de que se establezca una regulación clara de la economía colaborativa. Este Comité tiene una gran relevancia en el papel que pueda desempeñar la Unión Europea, ya que, hablando en términos coloquiales, es la “voz del pueblo”, y el hecho de que se posicione a favor de una regulación que favorezca la competencia entre empresas y no perjudique la innovación de estas nuevas plataformas constituye un gran avance para la consecución del objetivo de regulación. Como declaró Benedetta Brighenti⁴: *“la economía colaborativa tiene el potencial de mejorar la calidad de vida, fomentar el crecimiento y empleo, así como reducir el impacto ambiental del consumo y de las empresas: debemos asegurar que las plataformas de consumo colaborativa no eviten los impuestos, la defensa de la competencia o las normas de protección social de los consumidores”*.

Por lo tanto, parece claro que existe un deseo de acuerdo por cada una de las tres partes -plataformas de economía colaborativa, empresas tradicionales y la Unión Europea- para establecer una regulación de estas plataformas. Y, bajo mi punto de vista, es necesario que se establezca una regulación lo antes posible, ya que la economía colaborativa es un nuevo sistema económico con un gran futuro por delante, y que continua creciendo día tras día; se estima que crecerá en torno a un 25% en este año, generando así más de 3.100 millones de euros, además de numerosos puestos de trabajo. Por consiguiente, es necesario que en el seno de la Unión Europea se asienten las bases para lograr un marco regulatorio de las plataformas de economía colaborativa, y de esta forma puedan

³Comite de las Regiones: Organismo consultivo compuesto por 350 individuos de los 28 Estados Miembros que representa a los entes tanto locales como regionales de Europa

⁴Benedetta Brighenti: Miembro del CDR y teniente alcalde del municipio italiano de Castelnuovo Rangone.

actuar como uno de los principales motores que ayuden a Europa a su crecimiento y posicionamiento a escala internacional.

3.2.2. Situación actual y futura en el marco de España.

En lo que concierne a nuestro país, la situación es similar a lo que ocurre en el contexto europeo. A día de hoy tampoco existe un marco normativo claro que regule las plataformas de economía colaborativa, pero se están haciendo esfuerzos para que esta situación cambie y se consiga establecer un marco regulatorio claro. España es uno de los países de la Unión Europea con mayor potencial de crecimiento de este modelo económico, con lo cual la necesidad de regulación se hace más necesaria.

Numerosas empresas de economía colaborativa, tales como *Blablacar*, *Airbnb* o *Cabify*, entre muchas otras, se han unido creando un organismo denominado *Sharing España*⁵. Este organismo busca favorecer la competitividad de las empresas en condiciones de igualdad y de libertad de mercado en nuestro país. Sectores tradicionales como son el sector del taxi o el hotelero consideran que estas plataformas se encuentran cómodas operando sin una regulación específica, pero eso no es así, ya que las plataformas de economía colaborativa buscan una regulación que sea beneficiosa para ambos colectivos, tal y como señaló José Luis Zimmermann⁶: *“buscamos una normativa que prevalezca el interés general de la población frente al de los negocios particulares, y que no se base en la prohibición, sino en la convivencia de los negocios tradicionales y los nuevos modelos”*.

Ante el evidente crecimiento, y también controversia, que está suscitando la economía colaborativa en nuestro país, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia realizó, a finales del año anterior, una consulta pública en la cual preguntaba a diversas empresas sobre cuál era su posición con respecto a la economía colaborativa. El objetivo de esta consulta era la de orientar al Gobierno para que desarrolle un marco legislativo el cual tenga en cuenta estos nuevos negocios, y establezca un marco regulatorio beneficioso para todos.

⁵Sharing España es un organismo que trata de analizar y divulgar el impacto que la economía colaborativa tiene en el desarrollo socioeconómico, la sostenibilidad y el crecimiento.

⁶José Luis Zimmermann es el director general de Adigital.

Esta Comisión elaboró un informe, el cual fue entregado en enero este mismo año al Ministerio de Fomento, con el objetivo de que permitiera a Uber, empresa que analizaremos en el siguiente de los epígrafes, operar en nuestro país. La CNMC considera que Fomento ha establecido una serie de normas que favorecen al sector del taxi en detrimento de los vehículos con conductor, dentro de los cuales pertenece la compañía Uber.

Las principales trabas a la competencia que la Comisión considera que hay que suprimir son principalmente tres: la primera de ellas se basa en el límite de licencias de vehículos de transporte con conductor. Actualmente, sólo se puede disponer de una licencia, denominada VTC (vehículos de transporte con conductor) por cada treinta licencias de taxi. La Comisión considera que esta norma impide que haya una competitividad entre el sector del taxi y estos vehículos, además de impedir también que los consumidores puedan beneficiarse de una mayor gama de vehículos, menores tiempos de espera y de una competencia de precios entre ambos sectores.

El segundo de los obstáculos a la competencia es el que prohíbe a los VTC circular con pasajeros sin tener previamente un contrato de arrendamiento, y que estos conductores particulares no puedan circular libremente por las ciudades en busca de clientes.

Finalmente, la CNMC considera erróneo el hecho de que vehículos de empresa, como son los de Uber, sólo puedan realizar un límite máximo de servicios fuera de su autonomía, además de que para poder conseguir una autorización sea necesario disponer de una flota de, al menos, siete vehículos y que cada uno de ellos no tenga una antigüedad superior a los diez años.

Sin embargo, el gremio taxista no está en absoluto conforme con la postura adoptada por la CNMC. Tal es así, que el dieciocho de febrero de este 2016 más de 2.000 taxistas llegados de varias ciudades de España han llevado a cabo una manifestación, promovida por la Federación Española del taxi, en Madrid frente a la sede de la Comisión para mostrar su disconformidad con este organismo. El gremio taxista opina que la CNMC quiere desregularizar y privatizar el servicio público del taxi, con el objetivo de que sean absorbidos por las multinacionales. Los taxistas consideran que estas compañías acabarán convirtiéndose en un

oligopolio, controlando así la totalidad de la movilidad urbana y subiendo los precios según estimen ellos oportuno.

A su vez, el sector del taxi también argumenta que los trabajadores que ejercen sus servicios en estas plataformas lo hacen bajo unas condiciones laborales precarias, que conducen a la evasión fiscal y la competencia desleal, así como a la violación de normas en lo que a seguridad se refiere.

Como acabamos de analizar, la situación en nuestro país en este aspecto se vuelve más tensa e insostenible a cada día que pasa. Es necesario que se establezca una regulación de la economía colaborativa lo antes posible, y que dicho marco regulatorio adopte una posición neutra y no perjudique a ninguno de estos sectores, para que conflictos como los mencionados anteriormente no vuelvan a repetirse, y de esta forma se promueva una competencia sana entre estas empresas que a su vez repercuta en mayores beneficios para los consumidores.

4. ESTUDIO DE CASO: UBER

4.1. ¿QUÉ ES UBER?

4.1.1. Aspectos generales.

Uber Technologies Inc. es una empresa internacional de ámbito privado la cual pone en contacto a personas que necesitan viajar con conductores privados que trabajan en la empresa. Este contacto entre conductor y pasajero se realiza por medio de una aplicación para teléfonos móviles. Mediante un software, Uber se encarga de poner en contacto al conductor que se encuentra más cerca de la ubicación de la persona que está solicitando este servicio de chófer.

Uber nació en el año 2009 en la ciudad de San Francisco de la mano de Travis Kalanick, ingeniero informático, y de Garrett Camp, emprendedor de origen canadiense. Uber empezó como una pequeña empresa la cual ofrecía a la población una forma barata, cómoda y eficiente de desplazarse por la ciudad con coches de alta gama. Tras su rápido crecimiento, apostaron por entrar en el sector medio de la población ofreciendo coches de una gama media a precios

más baratos. Finalmente, con la creación de UberPop, consiguieron entrar de lleno en el mercado y experimentar un crecimiento empresarial mayúsculo, ofreciendo coches cotidianos que hacen las funciones de taxi pero a unos precios mucho más reducidos y con el uso tan sencillo de su aplicación para teléfonos móviles. Ha sido con la creación de UberPop cuando han surgido las confrontaciones entre Uber y el sector del taxi, que más adelante comentaremos.

El servicio de Uber está presente en más de 400 ciudades y 50 países en todo el mundo. Según datos aportados por la compañía, el número de viajes realizados por la empresa en el año 2015 aumentó en un 250%. Se trata de la *startup*⁷ más famosa del mundo, y no deja de seducir a nuevos inversores con el objetivo de expandir sus negocios hacia otros países. Actualmente, esta compañía está valorada en más de 62.500 millones de dólares (valor que supera a 33 de las 35 empresas del Ibex, dato que nos sirve para darnos cuenta del potencial de esta empresa) experimentando así uno de los mayores crecimientos de la historia empresarial. En el presente año ha recibido dos importantes rondas de financiación: una por un valor de 2.000 millones de dólares por parte de inversores chinos (con el objetivo de expandir su negocio en el país) y otra valorada en 200 millones provenientes de un inversor ruso y un fondo de inversión de Luxemburgo.

4.1.2 Funcionamiento de la compañía.

Como apunta Anna Aguilar, responsable de Uber en España: *“Uber es una empresa de alta tecnología que ofrece soluciones inteligentes para la movilidad urbana, no se dedica al transporte de viajeros sino que pone en contacto a particulares con particulares para que se beneficien mutuamente”*.

Uber cobra una comisión del 20% por cada transacción que se realiza entre conductor y pasajero. Es el método principal con el que la compañía consigue beneficios. Pasamos a ver ahora como es el funcionamiento de esta empresa y qué es lo que una persona tiene que hacer para solicitar uno de sus vehículos

⁷Son empresas de nueva creación apoyadas en la tecnología.

1. Descargar la aplicación. Se descarga de forma gratuita en las tiendas de App Store para Iphone, Google Play Store para Android y App World para teléfonos Blackberry.
2. Registro. Una vez descargada, hay que registrarse con nuestra cuenta de correo electrónico personal.
3. Elección del modelo de vehículo. Uber propone cinco categorías de vehículos en función de la ciudad en la que nos encontremos y de las preferencias que tengamos. Las cinco categorías son:
 - Uber Black car: Es el servicio original de Uber. Vehículos berlina de alta gama para 4 personas.
 - Uber Taxi: con tarifas más baratas que en el anterior caso, el vehículo es un taxi que tiene un acuerdo con la compañía.
 - UberPop: en este caso se trata de un vehículo estándar con capacidad para 4 personas. Proporciona el mismo servicio que UberX; conductores locales que transportan a viajeros. Es la opción más económica de Uber.
 - Uber Suv: este servicio proporciona un vehículo de alta gama con asientos para 6 personas. Es el segundo servicio más caro de Uber.
 - Uber Lux: seleccionando esta categoría, el vehículo que contrataremos será uno de muy alta gama para 4 personas máximo. Este es el servicio más caro de la compañía.
4. Indicar la posición. Debemos indicar en la aplicación la ubicación exacta en la que nos encontremos, para que nuestro chófer particular pueda acudir. La aplicación también nos informará del tiempo que tardará el conductor en llegar a nuestra ubicación. Además, también se nos proporciona su número de teléfono por si hay cualquier impedimento.
5. Método de pago. Una vez concluido el trayecto se procederá al pago del servicio. La cantidad a pagar se calcula dependiendo de la distancia recorrida y del tiempo que se ha tardado. Si el vehículo circula a una velocidad de más de 20km/h el coste se hace sobre los kilómetros

recorridos; en cambio, si circula por debajo de esa velocidad, el coste es cargado por minuto.

El pago se realiza mediante la propia aplicación, todo gestionado de forma automática por Uber, bien con tarjeta de crédito o con *Paypal*. La aplicación añade de forma automática una propina del 20% para el servicio del taxi.

Con esta simplicidad y sencillez es como funciona una de las empresas que más controversias está generando en estos últimos años.

4.1.3. Países donde opera.

No cabe duda de que Uber está cambiando el transporte urbano en las grandes ciudades. Como se señaló con anterioridad, Uber se encuentra presente en más de 400 ciudades en más de 50 países, aunque en la inmensa mayoría de las ciudades están encontrando problemas, ya que sus principales competidores consideran que la actividad que Uber lleva a cabo no está sujeta a la legalidad.

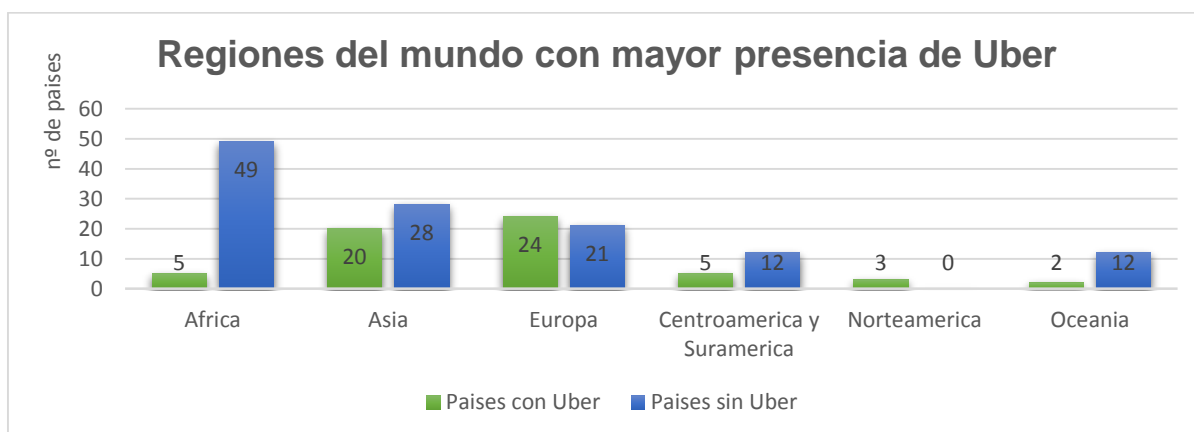
Más de la mitad de los lugares en los cuales opera Uber se encuentran en Estados Unidos (56%, 188 ciudades), en ciudades como Nueva York, Boston, Chicago o Washington DC. Fuera de Estados Unidos, otras ciudades donde Uber ha conseguido regular su servicio son: Toronto, Singapur, Ciudad de México, Calcuta y Londres.

Sin embargo, en el resto de países los impedimentos que ha tenido Uber para conseguir implantar su modelo de negocio han sido mayúsculos, propiciando que en muchos de ellos su actividad haya sido prohibida, obligándoles a pagar cuantiosas multas si continúan ejerciendo su servicio de chófer privado.

Los diez países en los cuales Uber opera con mayor intensidad son, por orden ascendente: Estados Unidos (188 ciudades), India (18 ciudades), China (12 ciudades), Canadá (10 ciudades), Australia (7 ciudades), Francia (6 ciudades), Alemania y México (5 ciudades) y Colombia e Italia (4 ciudades).

Finalmente, y con el objetivo de cerrar este apartado, vamos a ver un histograma el cual refleja cuales son las regiones del mundo donde Uber se encuentra más presente.

Grafico 3: Regiones del mundo donde hay mayor presencia de Uber.



Fuente: Elaboración propia a partir del documento *¿Cómo está Uber en el mundo?* Disponible en: <http://www.eltiempo.com/multimedia/infografias/como-esta-uber-en-el-mundo/16283623>

4.1.4. Beneficios que aporta a los ciudadanos.

A medida que vamos conociendo información acerca de esta novedosa y controvertida compañía, parece evidente que son varios los beneficios que esta compañía aporta a los ciudadanos. El primero de ellos es, sin duda, sus tarifas. El servicio de Uber es mucho más barato que el del taxi, y eso, unido a la actual situación económica en la cual muchas familias no pueden permitirse determinados excesos declina la balanza a favor de Uber. En el siguiente cuadro vamos a ver las notables diferencias de precio existentes entre el sector del taxi y Uber en la comunidad de Madrid, antes de que prohibieran a éstas seguir operando en la capital.

Cuadro 1: Diferencias de precio entre el sector del taxi y Uber en la ciudad de Madrid.

	UBER	TAXI MADRID
BAJADA DE BANDERA	1 EURO	2,4 EUROS
PRECIO MINIMO	1 EURO	2,4 EUROS
PRECIO POR KILOMETRO	0,65 EUROS	1,05 EUROS
PRECIO POR MINUTO	0,15 EUROS	0,34 EUROS

Fuente: Elaboración propia a partir de información recogida en distintas fuentes de internet.

A su vez, Uber genera un fomento de la competencia que, sin duda, es beneficioso para el resto de los ciudadanos. El hecho de poder elegir entre distintas opciones se traduce en que las empresas competidoras lucharán por ofrecer mejores servicios y a un precio inferior al de sus competidores con el fin de atraer a la mayor clientela posible.

Otro aspecto beneficioso que tiene la compañía para sus ciudadanos es el referente a la comodidad. Como se tratan de vehículos privados, y muchos de ellos de gama alta, Uber garantiza que los coches se encontrarán en unas condiciones perfectas, tanto el exterior como el interior del vehículo, provocando de esta manera que el viaje del pasajero sea lo más cómodo y placentero posible.

Y, finalmente, también es necesario destacar la seguridad que ofrece esta compañía, y hablamos de seguridad en dos sentidos. En primer lugar, el hecho de que el método de pago sea mediante tarjeta de crédito a través de la aplicación proporciona mayor seguridad, ya que no necesitamos disponer de dinero en efectivo y exponernos a sufrir un robo, perderlo o cualquier otra situación. Y también proporciona seguridad en el sentido de que, en el momento que se solicita el servicio de chófer, se puede acceder a una base de datos que proporciona información acerca del conductor y leer aquellas opiniones y comentarios de otras personas que previamente ha viajado con ese conductor. De esta forma, el pasajero no sufrirá ningún delito ni será víctima de los llamados “taxis pirata” que se mueven por las ciudades.

4.2. CONTROVERSIAS SOBRE SU FUNCIONAMIENTO.

La llegada de Uber, con su aplicación para *smartphones* que conecta a sus conductores con los clientes, está causando todo un caos en la industria del taxi ya no solo a nivel nacional, sino a nivel mundial. La calidad del servicio, los precios más bajos que los del sector del taxi, además de la facilidad en su uso y la seguridad que otorga a los ciudadanos ha logrado un gran éxito, quitando una gran parte de la clientela al sector del taxi, de ahí el tremendo enfado por parte de estos.

Actualmente en nuestro país el servicio Uber no se encuentra disponible, debido a una sentencia dictada el 9 de diciembre de 2014 por parte del Juzgado

Mercantil nº 2 de Madrid la cual prohíbe a la plataforma ejercer sus servicios en territorio nacional, imponiendo multas de entre 4.000 y 8.000 euros si perciben que siguen llevando a cabo su actividad. Esta prohibición está causada por las numerosas quejas y manifestaciones del sector del taxi, como la de Luis Berbel⁸ que aseguró que *“la compañía vulnera de forma descarada la normativa ya que permite que cualquier persona con un vehículo privado pueda transportar viajeros, con el peligro que ello supone”*. Tanto sus principales competidores como el gobierno consideran que la actividad que ejerce Uber es un claro acto de competencia desleal, ya que su actividad no se encuentra sujeta a la legalidad y aprovecha aquellos vacíos legislativos con el fin de conseguir los máximos beneficios.

Sindicatos y asociaciones se han sumado a la protesta contra Uber afirmando que la calidad laboral de sus conductores de Uber tampoco es la apropiada. Y esto es así debido a que la compañía considera a sus propios taxistas como trabajadores independientes, y no como empleados. De esta forma, si los taxistas de Uber son considerados contratistas, estos no recibirán bonificaciones por situaciones como las de trabajar de noche, o en días festivos, además de otras prestaciones a las cuales sí podrían acceder si fueran empleados de la empresa.

Ante todas estas acusaciones, Uber se ha defendido alegando que no es una empresa de transporte de personas, sino una plataforma que pone en contacto a particulares con particulares para que ambos se beneficien. Según palabras de la responsable de Uber en España, Anna Aguilar *“nuestra actividad se centra en crear comunidades de usuarios que se ponen en contacto entre ellos”*.

A su vez, en el pasado año 2015 la empresa denunció a España ante la Unión Europea por su prohibición de operar en nuestro país. Uber considera que su prohibición disminuye las posibilidades de elección de los ciudadanos y sus propios intereses con el fin de proteger el monopolio tradicional del taxi. El portavoz de la compañía en España, Juan de Antonio, en una entrevista realizada en un periódico nacional recalcó dicha queja afirmando que *“la tecnología ha abierto las puertas a nuevos mecanismos de transporte más cómodos y eficaces que no triunfan como debería”*

⁸ Luis Berbel es el presidente del sindicato de taxistas en Cataluña.

y eficaces que no triunfan como debería debido a unas normas tan cerradas como las existentes”.

En la queja remitida a la Unión Europea, Uber establece que la sanción es discriminatoria, desproporcionada y contraria a varias normas europeas. También consideran que dicha sanción viola hasta cinco derechos y libertades, como son la directiva de comercio electrónico, la directiva de servicios, la libertad de prestación de servicios, el principio de neutralidad tecnológica y la carta de derechos fundamentales de la UE.

Mark MacGann, el director del departamento legal en Uber, afirma en dicha carta que Uber establece una intermediación electrónica *“ofreciendo un servicio social de calidad, un servicio de conexión entre personas que quieren compartir su coche”.*

Sin embargo, los esfuerzos realizados por la compañía para que la Comisión Europea les diera la razón y permitiera a esta reanudar su actividad no han tenido el efecto deseado, ya que un documento emitido por la Comisión Europea estableció que la regulación de los servicios de transporte deberán ser competencia de cada Estado, por lo tanto la Comisión no entra a valorar la situación de Uber en nuestro país.

Ante esta negativa, Uber no ha tenido más remedio que retroceder y comprometerse a llevar a cabo una regulación y remodelación de aquellos aspectos más controvertidos y que mayor rechazo han provocado con el fin de que el gobierno cambie su opinión acerca de la compañía y permita a esta operar en el territorio nacional. En el siguiente epígrafe pasaremos a describir estos cambios que Uber se compromete a llevar a cabo.

4.3. REGULACION DE UBER.

Uber no presenta una regulación específica como la existente en el sector del taxi, y es precisamente esto lo que está generando tanto rechazo por parte del gremio taxista. En el caso de España, el país presenta una de las regulaciones más restrictivas en materia de transporte, lo que dificulta aún más que Uber consiga implantar su modelo de negocio.

Como ya sabemos, el Juzgado Mercantil nº2 de Madrid desestimó el recurso que Uber presentó contra el auto judicial que en diciembre de 2014 ordenó la prohibición y el cese de la actividad de Uber en nuestro país, considerando que la actividad que ejerce es considerada competencia desleal.

Ante el rechazo en nuestro país, Uber se ha comprometido a trabajar junto al Gobierno y demás administraciones para llevar a cabo una serie de medidas con el objetivo de dar un nuevo giro a la regulación del transporte en lo que se refiere a las licencias de vehículos con conductor (VTC).

En la actualidad, solo se permite una licencia VTC por cada treinta licencias de taxi, y además, todos los operadores de VTC deberán contar con una flota de al menos siete vehículos. Estas restricciones están provocando dos principales consecuencias: la primera de ellas es que aquellas personas que quieran trabajar como conductores no van a poder hacerlo, por lo tanto la tasa de desempleo será más alta. Uber afirma que según sus estimaciones, la modernización de la normativa de VTC en España podrá generar más de 30.000 empleos autónomos.

La segunda consecuencia es que se producirá una mayor congestión del tráfico en las ciudades que elevará los niveles de contaminación, debido a que los individuos usarán su vehículo particular como medio de transporte, en vez de aprovechar las oportunidades que Uber ofrece (como por ejemplo *UberPool*, en la cual se puede compartir un vehículo de la compañía con otra persona que viaje al mismo destino, reduciéndose el precio del trayecto y provocando que no haya tantos vehículos en circulación).

Por ello, mientras la obtención de una licencia sea tan difícil como lo es actualmente, estos dos problemas no van a tener solución.

Por lo tanto, las principales medidas que tanto Uber, como el resto de empresas de *carsharing*⁹ proponen para conseguir volver a ejercer su actividad son:

Sistema de licencias.

1. Para ejercer su actividad de transporte de personas se debe tener una licencia válida.

⁹Son modelos de alquiler de vehículos en el cual el usuario alquila un automóvil por periodos cortos de tiempo, generalmente de una hora.

2. Antes de ejercer la actividad, el potencial conductor deberá entregar todos aquellos documentos tales como su documento de identidad, permiso de conducir, documentos del vehículo, justificante de la póliza del seguro, etc.
3. La compañía deberá rechazar a aquellas personas cuyo historial no cumpla con los requisitos preestablecidos. Por ejemplo, si la persona es muy joven, el vehículo es muy antiguo o cuenta con antecedentes penales.

Seguridad.

1. Los conductores tienen que tener el vehículo en perfectas condiciones, además de haber pasado por una verificación de antecedentes.
2. La compañía deberá llevar un registro de los viajes de cada conductor con el fin de que la policía pueda tener acceso a esa información cuando estimen oportuno.

Protección del consumidor y competencia.

1. Los conductores solo podrán recoger a aquellas personas que soliciten el servicio por medio de la aplicación, no podrán recoger a gente que soliciten sus servicios en la misma vía pública.
2. Los usuarios deberán disponer de una tarifa estimada antes de solicitar el servicio, además de recibir un recibo una vez finalice el trayecto.

Colaboración con la administración.

1. Sustitución de las transacciones en efectivo por el pago electrónico, con el fin de acabar con la economía sumergida.
2. Gracias a la base de datos que almacena toda la información acerca de los ingresos de los conductores que se encuentran registrados, estas compañías deberán colaborar con la administración cuando ésta solicite información acerca de la actividad de estos conductores.

Estas son las medidas más importantes que estas empresas de *carsharing* están dispuestas a tomar con el fin de que puedan ejercer su actividad.

4.4 CONFLICTO UBER VS SECTOR DEL TAXI.

Una vez analizados las características principales de esta compañía, así como las controversias que suscita su funcionamiento, es más que evidente el enfrentamiento que existe entre el sector del taxi y esta empresa.

Uber se encuentra perseguida por el sector del taxi en la gran mayoría de las ciudades en las que actúa, ya que su sencillo, cómodo, seguro y eficiente método está captando a gran cantidad de personas que antes usaban el taxi tradicional, y el gremio taxista no está dispuesto a dejar que esto siga ocurriendo. Los taxistas consideran que la actividad que Uber ejerce es ilegal, ya que, en esencia, hace la misma función del taxi, pero con la notable diferencia de que estos no pagan la cantidad de impuestos que un taxista profesional debe abonar para ejercer su actividad, incurriendo así en lo que el sector del taxi considera un fraude fiscal y un delito de competencia desleal.

El sector del taxi realizó numerosas manifestaciones y huelgas con el fin de llamar la atención de las autoridades sobre su disconformidad hacia esta controvertida compañía. Según palabras del presidente de la Asociación Elite Taxis Madrid, José Miguel Fúnez *“Uber incumple todas las medidas fiscales, laborales y de transportes; Uber quiere hacerse un hueco en el mercado del taxi, que funciona perfectamente y está perfectamente regulado. No vamos a permitir que se modifique la ley en favor de lo que hoy es ilegal”*. Miguel Fúnez también explicó que todos los taxistas cuentan con sus seguros de responsabilidad civil de 50 millones de euros, además, cada conductor ha de pasar por un examen de capacidad y presentar un informe de antecedentes penales antes de ejercer su actividad.

Ante estas acusaciones lanzadas hacia la Uber, la compañía se defiende, argumentando que no se trata una empresa de transporte, sino una empresa tecnológica que pone en contacto a particulares con particulares para que ambos se beneficien.

A su vez, el gremio taxista considera también que esta actividad no contribuye al desarrollo económico de la ciudad, ya que su actividad entra dentro de la denominada economía sumergida, afirmación que Uber niega rotundamente, argumentando que al utilizar su plataforma digital, todas las transacciones

realizadas permanecen registradas en la base de datos y pueden comprobarse con total sencillez; como bien dice de Albert Cañigüeral, responsable del portal consumocolaborativo.com *“cualquier persona puede ver cuánto paga el usuario por el servicio, como lo hace y hacia dónde va ese dinero”*.

España es el país donde más problemas está teniendo para conseguir ejercer su actividad (aunque parece ser que a lo largo de este año 2016 puede volver a operar en el país, según fuentes cercanas a la empresa), pero no es el único. Por ejemplo, en los Estados Unidos, concretamente en la ciudad de Nueva York, los vehículos Uber ya han superado en número a los conocidos taxis amarillos, desde que entrara a operar en la ciudad en mayo de 2011. El gremio del taxi también demandó a Uber, argumentando que existe un trato arbitrario en el negocio que favorece a las nuevas tecnologías, beneficiando a compañías como Uber y perjudicando al tradicional sector del taxi.

También podemos citar el caso de Uber en Francia, donde en junio de 2015 se registraron duros enfrentamientos y agresiones en varias ciudades con el sector del taxi como protagonista; bloquearon zonas urbanas durante varias horas, volcaron coches, quemaron ruedas a modo de barricadas provocando un terrible caos en el tráfico, etc. Ante estos graves incidentes, que han sido repetidos en más de una ocasión, Francia decidió suspender la actividad de este servicio en un primer momento. El presidente de la república François Hollande fue rotundo en una de sus declaraciones a la prensa el día 25/6/2015: *“Uber debe ser desmantelada e ilegalizada, ya que no respetan las leyes ni las normativas fiscales y laborales y eso es ilegal”*¹⁰.

Sin embargo, tras aceptar una serie de condiciones, finalmente consiguió volver a operar en el país. Entre las condiciones acatadas por Uber cabe destacar la suspensión de uno de sus modos más económicos de viaje, como es UberPop, y la prohibición de los vehículos de Uber a permanecer en las calles a la espera de clientes; ahora deberán regresar a la sede de la empresa cada vez que finalice uno de sus servicios y permanecer estacionado hasta que una persona los vuelva a solicitar. Recientemente, Uber Francia ha sido condenada a pagar 1,2 millones de euros por incumplir esta norma, una prueba más de la dureza de la justicia francesa con esta compañía.

En países de Suramérica como Colombia, donde Uber actualmente es legal de acuerdo a un reglamento escrito por parte del Gobierno Colombiano, los taxistas se reúnen en grupos con el único motivo, por increíble que parezca, de agredir tanto a pasajeros como a conductores de Uber y UberX, provocando un clima de tensión en todo el país.

Estas son solo algunas de las muchas trifulcas que existen entre Uber y el sector del taxi. Parece claro que esta novedosa compañía está revolucionando tanto el modo de viajar por las ciudades como a los propios taxistas. Y bajo mi punto de vista, hasta que no se establezca una clara regulación para este tipo de empresas de economía colaborativa los enfrentamientos van a seguir existiendo.

4.5. POSIBLES SOLUCIONES PARA UN MEJOR FUNCIONAMIENTO.

Una vez finalizado el análisis acerca de esta polémica compañía que, como hemos visto, está causando tantos problemas, parece complicado que, con la regulación que se encuentra vigente en la actualidad, se consiga llegar a un acuerdo para que el sector del taxi y los conductores de Uber puedan convivir pacíficamente en las calles de las principales ciudades de nuestro país.

Por lo tanto, tanto los dirigentes del país como la propia compañía Uber han de tomar una serie de medidas para solucionar los problemas que genera la empresa, ya que su total prohibición está provocando una limitación de la libertad de elección de los ciudadanos por parte de las autoridades.

En este último apartado de la investigación trataremos de ofrecer algunas soluciones para que los problemas mencionados con anterioridad se reduzcan, o incluso se eliminen por completo. Conviene señalar que las siguientes consideraciones que a continuación se expondrán son realizadas bajo mi más modesta opinión.

Debido a que el principal problema del cual se queja el gremio taxista es la regulación, quizás la primera solución sería la redacción de un marco regulatorio claro para la empresa en el cual se establezcan una serie de principios y normas que la compañía Uber esté obligada a respetar.

Otra de las soluciones que a mi modo de ver podría surtir efecto sería unificar las tarifas de Uber y el sector del taxi. De esta forma el ciudadano elegirá aquel servicio que le reporte una mayor utilidad en términos de seguridad, comodidad o confianza, sin sentirse influenciado por el precio del servicio.

Otra solución para que el conflicto Uber y taxi redujera sus tensiones es que la compañía Uber pague todos aquellos impuestos que el gremio taxista tiene que pagar, para que ambos “contrincantes” estuvieran en igualdad de condiciones (como hemos descrito anteriormente con el caso de igualar los precios de ambos servicios).

A mi modo de ver, estas serían las tres principales soluciones que podrían tener un efecto positivo en el corto-medio plazo para que los graves conflictos entre estas dos empresas cesaran.

Evidentemente pueden existir más soluciones, por ejemplo, como en el caso de Francia que explicamos en el apartado anterior, obligar a los conductores de Uber a regresar al lugar donde esté localizada su sede y esperar a que algún cliente solicite sus servicios; o limitar la circulación por las calles a la espera de la llamada de algún consumidor. Otra solución también podría ser que el sector del taxi diseñara una aplicación de similar funcionamiento que la de Uber para así poder acceder a una mayor cartera de clientes.

Por lo tanto, tanto los dirigentes del país como la propia compañía Uber han de tomar una serie de medidas para solucionar los problemas que genera la empresa, ya que su total prohibición está provocando una limitación de la libertad de elección de los

También podría existir la posibilidad de que Uber y el sector del taxi ejercieran sus actividades en horarios distintos (o en días distintos), con el fin de evitar enfrentamientos y asegurarse de este modo un número similar de clientes.

Sin embargo, es posible que estas últimas propuestas tengan una mayor dificultad para poder ejercerse, al menos en un periodo de tiempo relativamente corto. Por lo tanto, considero personalmente que si se establece un marco regulatorio óptimo, se reducen las grandes diferencias de precios entre ambos y se insta a Uber a pagar una serie de impuestos, es posible que Uber pueda

volver a operar en nuestro país sin las enormes dificultades con las que ha tenido que lidiar anteriormente hasta su prohibición.

5. CONCLUSIONES.

1. La economía colaborativa es un novedoso sistema económico que ha experimentado tal crecimiento en los últimos años que amenaza con destronar el sistema de carácter neo-liberal, donde predomina el consumismo desmedido.
2. La economía colaborativa considera más importante la necesidad de disponer de un determinado bien o servicio en el momento en que se necesite por encima de poseerlo de una forma indefinida.
3. Las plataformas de consumo colaborativo surgen para satisfacer las necesidades de las personas, sin pensar tanto en los beneficios que puedan generar. Se busca un beneficio común.
4. Estas innovadoras plataformas, usando internet para ofrecer sus servicios a la gran mayoría de individuos, están provocando numerosos cambios estructurales en los mercados donde actúan. El objetivo final es conseguir una economía globalizada y digital.
5. Numerosos factores han sido los que han contribuido a la aparición y auge de la economía colaborativa actual. Podemos destacar como factores principales: la crisis económica y financiera que azota nuestro país desde 2007/2008, el crecimiento y madurez tanto de internet y las redes sociales, y el cambio de mentalidad de las personas, adquiriendo una mayor conciencia social y del medio ambiente que trae consigo una mayor propensión a compartir, reutilizar y reciclar aquellos recursos que permanecían ociosos.
6. Existen gran cantidad de organismos y asociaciones que tratan de promover la economía colaborativa en las sociedades actuales. A nivel nacional podemos destacar tanto a “Sharing España” como “Adigital”, mientras que a nivel global destacamos al organismo llamado “OuiShare”. Estas organizaciones están compuestas en su mayoría por empresas de economía colaborativa que abogan por un correcto funcionamiento y gestión de este modelo económico.

7. La falta de una regulación específica, así como la implantación de nuevas restricciones, dificulta en gran medida la aparición de nuevas empresas de economía colaborativa en el mercado. Las barreras de entrada a este sector limitan de una forma injustificada la competencia entre empresas, generando, por ejemplo, pérdidas de bienestar tanto para empresas como para consumidores.
8. Es necesaria una regulación para estas plataformas, con el fin de que exista una competencia legal entre empresas, y no lo que sucede en la actualidad, donde empresas colaborativas cuentan con un vacío legislativo que aprovechan para operar con mayores ventajas respecto a sus competidores; ventajas como pueden ser no pagar los impuestos que las empresas tradicionales sí pagan.
9. En lo referente al sector del taxi y a los vehículos turismo con conductor (VTC), las barreras de entrada con las que se encuentran estos últimos perjudican y limitan la libertad de elección de las personas. Destacamos principalmente el “numerus clausus” de licencias de VTC (una licencia por cada treinta taxis), el reducido espacio geográfico que la licencia permite operar, el cual los conductores no pueden sobrepasar, o la prohibición de captar clientes mientras circulan por las calles.
10. El conflicto existente entre la compañía Uber y el gremio taxista debe solucionarse lo antes posible. Estos sectores deben llegar a un acuerdo para que ambos puedan ejercer sus actividades sin que existan roces entre ellos, promoviendo una sana competencia para que así el ciudadano de a pie pueda beneficiarse.
11. Conviene señalar, antes de concluir con este trabajo, una noticia de gran actualidad: desde el pasado 30 de marzo, Uber ha vuelto a retomar su actividad en Madrid, en su versión UberX, desde que fuera prohibida hace 15 meses por orden judicial. Por lo que podemos llegar a saber, debido a lo reciente que es la noticia (tal es así que no se ha podido desarrollar más en profundidad en epígrafes anteriores), es que los conductores ahora sí cuentan con las ya conocidas licencias VTC. Actualmente existen 1.500 licencias VTC en la comunidad de Madrid. Además, los conductores poseen un sistema que controla sus facturas y su correspondiente desglose del IVA, con el objetivo de que su contabilidad sea transparente

y se adapte a la regulación vigente. En cuanto a seguridad se refiere, ahora todos los conductores que se registren en la plataforma de Uber no deberán tener ningún tipo de antecedentes penales, ya que si los tienen, se les prohibirá ejercer de conductor para la compañía. Los precios que Uber establece esta vez son de 1,2 € por kilómetro más 10 céntimos por minuto invertido en el trayecto. Además, según avanza el director de Uber en España, Carlos Lloret, contratar los servicios de Uber supone un ahorro del 30% con respecto a otros servicios de transporte.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Páginas Web consultadas.

Blog Ana Luz Loyo Páez: *siete tipos de plataforma de economía colaborativa*. Disponible en: <http://www.ana2lp.mx/negocios/modelos-de-negocio-para-la-economia-colaborativa/>

Blog Ana Luz Loyo Páez: *modelos de negocio en economía colaborativa*. Disponible en: <http://www.ana2lp.mx/negocios/modelos-de-negocio-economia-colaborativa/>

Blog “consumo colaborativo”. Disponible en: <http://www.consumocolaborativo.com/concepto/medios/>

Blog “EOI” (28/03/2015): *Desventajas de la economía colaborativa*. Disponible en: <https://www.eoi.es/blogs/embatur/2015/03/28/desventajas-de-la-economia-colaborativa/>

Cañigüeral, A (19/01/2015): *¿De qué ha servido prohibir Uber en España?* Blog “consumo colaborativo”, disponible en: <http://www.consumocolaborativo.com/2015/01/19/de-que-ha-servido-prohibir-uber-en-espana/>

Cannella, R (04/09/2014): *Uber: la aplicación de la controversia*. Disponible en: <http://blogavista.es/uber-la-aplicacion-de-la-controversia/>

Conflicto entre Uber y los taxistas. Wikipedia, disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Conflicto_entre_Uber_y_los_taxistas#Conflicto_en_Espa.C3.B1a

Consulta pública sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa. Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. Disponible en: [http://www.cnmc.es/es-es-promoci%C3%B3n/informesyestudiossectoriales/estudiodeeconom%C3%A9Dacolaborativa.aspx](http://www.cnmc.es/es-es/promoci%C3%B3n/informesyestudiossectoriales/estudiodeeconom%C3%A9Dacolaborativa.aspx)

Fuente, O (04/12/2015): *Qué es la economía colaborativa: ejemplos, ventajas y datos más relevantes.* Comunidad IEBS, disponible en: <http://comunidad.iebschool.com/iebs/emprendedores-y-gestion-empresarial/economia-colaborativa-consumo/>

Gallardo, F (09/03/2015): *¿Economía colaborativa o negocio?* El Foro de la Ruina Habitada, disponible en: <http://laruinahabitada.org/2015/03/09/economia-colaborativa-o-negocio/>

González, E (20/05/2015): *¿En qué consiste el Mercado Único Digital de la Unión Europea?* Blog de 20 minutos. Disponible en: <http://blogs.20minutos.es/goldman-sachs-is-not-an-after-shave/2015/05/20/en-que-consiste-el-mercado-unico-digital-de-la-union-europea/>

Huky, G (08/06/2014): *Uber cierra la mayor ronda de financiación de una startup en toda la historia.* Blog “Gurusblog”, disponible en: <http://www.gurusblog.com/archives/uber-cierra-la-mayor-ronda-de-financiacion-de-una-startup-en-toda-la-historia/08/06/2014/>

“La economía colaborativa, una amenaza para el 50% de la industria turística”. Disponible en: http://www.hosteltur.com/110767_economia-colaborativa-amenaza-50-industria-turistica.html

Marquina, F (27/01/2015): *Regulación de la economía colaborativa.* Blog Qeeland, disponible en: <http://www.queeland.es/regulacion-de-la-economia-colaborativa/>

Pastor, E (28/12/2015): *La CNMC y la economía colaborativa: ¿qué opinan las diferentes partes?* Grupo Plaza, disponible en: <http://valenciaplaza.com/la-cnmc-y-la-economia-colaborativa-que-opinan-las-diferentes-partes>

Regueira, M (27/12/2014): *Uber: sus cosas buenas, su lado oscuro y por qué el sector del taxi se debe reconvertir.* Blog Xombit, disponible en: <http://xombit.com/2014/12/uber-beneficios-inconvenientes>

Saracho, C: *¿En qué ciudades puedes usar Uber?* Disponible en: <http://www.actitudfem.com/tecnologia/nuevo/gadgets/en-que-ciudades-hay-uber>

Uber ya opera en Madrid con un nuevo sistema de licencias (30/03/2015).
Página Web Libre Mercado, disponible en: <http://www.libremercado.com/2016-03-30/uber-vuelve-a-operar>

Ventajas de la economía colaborativa para el ahorro (04/11/2015). Blog BBVA.
Disponible en:
<https://info.bbva.com/es/noticias/economia/macroeconomia/productividad/ventajas-de-la-economia-colaborativa-para-el-ahorro/>

Ventajas y desventajas de los modelos de economía colaborativa (17/11/2015).
“Blog de economía”. Disponible en: <http://blogdeeconomia.es/ventajas-y-desventajas-de-los-negocios-de-economia-colaborativa/>

Villaveces, S (12/01/2016): *Los tres sistemas de consumo colaborativo*. Blog
“Young Marketing”, disponible en: <http://www.youngmarketing.co/cuales-son-los-3-sistemas-de-consumo-colaborativo/>

Web “Adigital”. Disponible en: <https://www.adigital.org/>

Artículos y revistas científicas.

Alegre, J (2014): “*¿Qué es la economía colaborativa?*”. Disponible en:
<http://economistasfrentealacrisis.com/que-es-la-economia-colaborativa/>

Castro, J (2016): “*Tarifas generan el principal conflicto entre Uber y taxistas*”.
Disponible en:
<https://www.larepublica.net/noticia/tarifas-generan-principal-conflicto-entre-uber-y-taxistas/>

Chacón, P (2015): “*El quien es quien de la economía colaborativa*”. Disponible
en: http://www.eldiario.es/hojaderouter/emprendedores/economia-colaborativa-Espana-CNMC-regulacion_0_374813441.html

Lorenzo, M (2015): “*El CDR pide a la UE que regule la economía colaborativa sin asfixiarla*”. Disponible en: http://www.tendencias21.net/EI-CDR-pide-a-la-UE-que-regule-la-economia-colaborativa-sin-asfixiarla_a41666.html

Revista *Semana* (2015). “*El gringo detrás de Uber*”. Disponible en:
<http://www.semana.com/nacion/articulo/uber-su-creador-sus-lecciones/437054-3>

Revista *Semana* (2015): “*La pelea de Uber y los taxistas*”. Disponible en:
<http://www.semana.com/tecnologia/articulo/las-10-claves-para-entender-la-pelea-de-uber-los-taxistas/436646-3>

Pérez, L (2016): “*La controversia de Uber revela la podredumbre de la industria del taxi*”. Disponible en: <http://www.luchadeclases.org/internacional/temas/2342-la-controversia-de-uber-revela-la-podredumbre-de-la-industria-del-taxi.html>

Un mercado único digital para Europa: la Comisión establece 16 iniciativas para conseguirlo. Disponible en: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4919_es.htm

Notas de prensa.

Abellán, L (31/03/2015): *Uber denuncia ante la UE por prohibirle operar*. Periódico El País, disponible en: http://economia.elpais.com/economia/2015/03/30/actualidad/1427743689_515738.html

Arrieta, E y Moreno, V (12/06/2014): *El conflicto de Uber y los taxis en seis preguntas y respuestas*. Periódico Expansión, disponible en: <http://www.expansion.com/2014/06/11/juridico/1402486886.html>

De Miguel, B y Jiménez, M (11/05/2015): *Así es el mercado Único Digital que promete la Unión Europea*. Periódico Cinco días, disponible en: http://cincodias.com/cincodias/2015/05/06/tecnologia/1430913667_575827.html

Domínguez, B (10/05/2015): *La Unión Europea se prepara para el mercado único digital*. Periódico El País, disponible en: http://economia.elpais.com/economia/2015/05/10/actualidad/1431278825_729007.html

EFE (18/03/2015): *Vehículos negros de Uber superan a taxis tradicionales en Nueva York*. Periódico El Tiempo, disponible en: <http://www.eltiempo.com/mundo/ee-uu-y-canada/vehiculos-negros-de-uber-superan-a-los-miticos-taxis-amarillos-en-nueva-york-/15421779>

Europa Press (03/03/2015): *Bruselas se desentiende y dice que regular Uber depende de los gobiernos*. Periódico Expansión, disponible en: <http://www.expansion.com/2015/03/03/empresas/tecnologia/1425395739.html>

Flores, C (13/11/2015): *Uber cambia de estrategia en España: se compromete a tener conductores profesionales*. Periódico El Economista, disponible en: <http://www.eleconomista.es/tecnologia/noticias/7144198/11/15/Uber-cambia-de-estrategia-en-Espana-se-compromete-a-tener-licencias.html>

Gallardo, F (09/03/2015): *¿Economía colaborativa o negocio?* El Foro de la Ruina Habitada, disponible en: <http://laruinahabitada.org/2015/03/09/economia-colaborativa-o-negocio/>

Jiménez, M (18/02/2016): *Los taxistas se manifiestan en Madrid contra la CNMC y empresas como Uber y Cabify*. Periódico cinco días, disponible en: http://cincodias.com/cincodias/2016/02/18/tecnologia/1455800638_030127.html

Marquina, F (27/01/2015): *Regulación de la economía colaborativa*. Blog Qeeland, disponible en: <http://www.queeland.es/regulacion-de-la-economia-colaborativa/>

Paniagua, E (14/12/2014): *Economía colaborativa para subsistir*. Periódico El Mundo, disponible en: <http://www.elmundo.es/grafico/economia/2014/12/14/548b3af4268e3e03108b4571.html>

Pozzi, S (18/11/2015): *Los taxistas de Nueva York demandan a la ciudad por la expansión de Uber*. Periódico El País, disponible en: http://economia.elpais.com/economia/2015/11/18/actualidad/1447857097_635637.html

Redacción Bogotá (15/04/2015): *Denuncian agresiones de taxistas a conductores de transporte especial*. Periódico El Tiempo, disponible en: <http://www.eltiempo.com/bogota/uber-y-taxis-audios-sobre-agresion-a-carros-blancos/15574016>

Touriño, A (12/01/2015): *Bienvenidos a la era de la economía colaborativa*. Periódico El Mundo, disponible en: <http://www.elmundo.es/tecnologia/2015/01/11/54acd472ca4741c6298b456a.html>

Uber ya opera en Madrid con un nuevo sistema de licencias (30/03/2015). Página Web Libre Mercado, disponible en: <http://www.libremercado.com/2016-03-30/uber-vuelve-a-operar>

Ventajas de la economía colaborativa para el ahorro (04/11/2015). Blog BBVA. Disponible en: <https://info.bbva.com/es/noticias/economia/macroeconomia/productividad/ventajas-de-la-economia-colaborativa-para-el-ahorro/>

Villaveces, S (12/01/2016): *Los tres sistemas de consumo colaborativo*. Blog "Young Marketing", disponible en: <http://www.youngmarketing.co/cuales-son-los-3-sistemas-de-consumo-colaborativo/>

Weber, L (11/11/2015): *La abogada que ha puesto a Uber contra las cuerdas*. Periódico Expansión, disponible en: <http://www.expansion.com/juridico/actualidad-tendencias/2015/11/11/5643843fca4741b25c8b45b9.html>

Zamora, I (04/02/2015): *Uber contra el taxi: ¿Qué sector será el siguiente en caer?* Periódico abc, disponible en:

<http://www.abc.es/tecnologia/20140616/abci-uber-consumo-colaborativo-201406101931.html>

Zamora, I (30/04/2014): *Uber gana la batalla al taxi*. Periódico abc, disponible en: <http://www.abc.es/tecnologia/moviles-aplicaciones/20140529/abci-europa-aprueba-uber-201405291320.html>

Zamora, I (04/02/2015): *Uber: ¿ilegalidad o consumo colaborativo?* Periódico abc, disponible en: <http://www.abc.es/tecnologia/moviles-telefonía/20140504/abci-polemica-uber-taxistas-201404251043.html>