

GRADO EN COMERCIO

TRABAJO FIN DE GRADO

“RETOS DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA: UN SECTOR EN ALZA”

SANDRA HERNÁNDEZ RAMOS

**FACULTAD DE COMERCIO
VALLADOLID, JUNIO 2017**



UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
GRADO EN COMERCIO

CURSO ACADÉMICO 2016/17

TRABAJO FIN DE GRADO

**“RETOS DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA:
UN SECTOR EN ALZA”**

Trabajo presentado por: Sandra Hernández Ramos

Firma:

Tutor: Olatz Retortillo Atienza

Firma:

FACULTAD DE COMERCIO

Valladolid, junio 2017

Índice de contenidos

1.	Introducción.....	1
2.	Mercado de referencia.....	2
2.1.	Qué es la economía colaborativa	2
2.2.	Cómo funciona	5
2.2.1.	Acceso al mercado	5
2.2.2.	Modelos	9
2.2.3.	Responsabilidad	10
2.2.4.	Protección del consumidor	10
2.2.5.	Trabajadores.....	11
2.2.6.	Régimen fiscal	13
2.3.	Sectores más relevantes.....	13
2.3.1.	Transporte	14
2.3.2.	Alojamiento	16
2.3.3.	Compra-venta	18
2.3.4.	Financiación.....	18
3.	Impacto económico en la UE del sector de la economía colaborativa.....	23
3.1.	Datos económicos.....	23
3.1.1.	Unión Europea	23
3.1.2.	España.....	27
3.2.	Análisis	28
4.	Régimen de cobertura legal.....	30
4.1.	Situación Europea.....	30
4.2.	Derecho comparado.....	33
4.2.1.	Países con el concepto de EC escasamente aceptado o nulo	35
4.2.2.	Países con el concepto de EC moderadamente aceptado	35
4.2.3.	Países con el concepto de EC ampliamente aceptado.....	36
4.3.	Situación Española	36

4.3.1.	Competencias autonómicas	36
4.3.2.	Competencias estatales	39
5.	Problemas derivados de las principales líneas de regulación y protección .	40
5.1.	Caso Blablacar	40
5.2.	Caso Airbnb	41
6.	Crowdfunding	42
6.1.	Cómo funciona	42
6.1.1.	Acceso al mercado	42
6.1.2.	Modelos	43
6.1.3.	Agentes.....	43
6.2.	Impacto Económico.....	44
6.2.1.	Datos Económicos	44
6.2.2.	Análisis	46
6.3.	Régimen de cobertura legal	47
6.3.1.	Situación Europea.....	47
6.3.2.	Situación Española	48
7.	Ejemplo práctico de cómo estas nuevas fórmulas pueden afectar a realidades: financiación de partidos políticos mediante la fórmula del crowdfunding	50
7.1.	Cómo funciona	51
7.2.	Régimen de cobertura legal	52
7.3.	Problemática de la aplicación.....	54
8.	Conclusiones	56
9.	Bibliografía	58

Lista de Tablas

Tabla 1: Comparativa entre la economía tradicional y la economía colaborativa ..	3
Tabla 2: Ingresos y transacciones de la economía colaborativa en la UE (2015) ..	23
Tabla 3: Proyectos en activo en España (2017)	28
Tabla 4: Actuaciones de las Instituciones europeas sobre EC a lo largo de 2016	32
Tabla 5: Clasificación países de la UE en función de su aceptación del concepto de EC	33
Tabla 6: Umbrales impuestos por algunos estados miembros	34
Tabla 7: Actuaciones de las autoridades autonómicas de competencia	38
Tabla 8: Aumento de los fondos conseguidos mediante Crowdfunding	45
Tabla 9: Regulaciones estados miembros	49
Tabla 10: Datos crowdfunding Bancal de Rosas, marzo 2017	52

Lista de Gráficos

Gráfico 1: División estructural de los sectores de la economía colaborativa	14
Gráfico 2. Volumen de ingresos de las plataformas colaborativas en UE (2015) ..	24
Gráfico 3: Volumen de transacciones de las plataformas colaborativas en UE (2015)	25
Gráfico 4: Crecimiento de los ingresos y transacciones de las plataformas	25
Gráfico 5: Número de empresas fundadas en UE (2015)	26
Gráfico 6: Distribución de plataformas colaborativas fundadas en UE (2015)	26
Gráfico 7: Distribución de los proyectos activos en España (2017)	28
Gráfico 8: Distribución de los fondos de Crowdfunding	45
Gráfico 9: Plataformas activas de Crowdfunding	46

1. INTRODUCCIÓN

En este trabajo se presenta un análisis de la economía colaborativa como oferta de mercado para un determinado tipo de consumidor. Este sector amplía la oferta de productos que existe en la actualidad, por lo que debería delimitarse con claridad, cuándo hay intrusión en sectores ya regulados, y cuándo no.

Sin embargo, la desigualdad entre los criterios y requisitos de los distintos países de la Unión Europea, hace que se siga permitiendo el intrusismo en función del estado en que nos encontremos, dando lugar a luchas entre los operadores tradicionales y los nuevos prestadores de servicios, llegando a acusaciones de competencia desleal.

Como consumidora de este producto, de forma nacional e internacional, a fecha de hoy, observo numerosas diferencias entre el sistema de mercado español y el francés, donde tuve la oportunidad de iniciar el consumo colaborativo, durante mi estancia Erasmus en Troyes (Groupe ESC Troyes). Frente al concepto interiorizado y uso habitual de la economía colaborativa que pude encontrar allí, la situación en España refleja quejas de competencia desleal (por parte de los operadores tradicionales del sector transporte y alojamiento principalmente), cuando el sector colaborativo cubre necesidades a una relación calidad - precio accesible para determinados tipos de consumo, captando un perfil de consumidor muy concreto y ofreciendo prestaciones diferentes.

En el presente trabajo se busca dibujar la situación del mercado de la economía colaborativa en España y en la Unión Europea a través de sus propuestas, sus realidades y sus diferencias. Para ello se han utilizado como fuentes de referencia, bases de datos oficiales, normativa europea y normativas estatales para desarrollar la capacidad de análisis de la realidad socioeconómica, su regulación, el nacimiento de un nuevo sector y la detección de los posibles problemas globales derivados de ello.

A través de un primer capítulo introductorio sobre el funcionamiento del mercado de la economía colaborativa, se presentan las problemáticas derivadas de las distintas regulaciones (o no regulaciones), tanto a nivel estatal como comunitario, las cifras que representan el impacto económico del sector y cómo estas fórmulas son aplicadas a la realidad, analizando el uso del modelo de negocio del *crowdfunding* por partidos políticos.

2. MERCADO DE REFERENCIA

2.1. QUÉ ES LA ECONOMÍA COLABORATIVA

Se dice que en toda crisis se esconde una oportunidad y que tras los momentos más duros es cuando surgen las más brillantes ideas y progresos. Con inteligencia podemos tratar de transformar esas dificultades en soluciones alternativas y este, podríamos decir, es el sentido de la economía colaborativa.

La crisis económica instaurada a nivel global en torno al año 2008 provocó entre otras consecuencias, un consumo más racional, el despertar de mecanismos de colaboración y un cambio de valores por el que se avivó entre la población un enfoque, hacia el disfrute de los activos, en lugar de su adquisición.

Si a esto le sumamos los avances de las nuevas tecnologías y una nueva era digital donde las webs y plataformas online sólo destinadas a contenido sin actualización y sin interacción con sus usuarios quedaron en el pasado, obtenemos el nacimiento o, mejor dicho, resurgimiento de antiguas técnicas como el trueque o intercambio, que ahora llamamos consumo colectivo. La interacción, la comunicación abierta y los contenidos compartidos se han convertido en el eje de Internet y sus servicios.

Así, la economía colaborativa se sirve de plataformas para conectar usuarios y permitir que se produzca un intercambio de bienes o servicios buscado por ellos, difuminando los límites en las definiciones de productor o consumidor, agente operador en el mercado o prestación no profesional de servicios, trabajador por cuenta propia o ajena; creando nuevas oportunidades de negocio, de empleo, minimizando los costes de las transacciones al simplificarlas, careciendo estas de intermediarios, etc.

Si tomamos como referencia al colectivo Sharing España¹, la economía colaborativa se definiría como un “concepto mutable y abierto en constante evolución, ya que abarca elementos relacionados con la colaboración, innovación, inclusión social y económica, así como un canal de impulso de la sociedad de la información”.

Se va a tomar como referencia esta definición a falta de otra de carácter normativo, para abordar este trabajo.

¹ Sharing España surge dentro de la Asociación Española de la Economía Digital (Adigital) y agrupa diferentes empresas de economía colaborativa, con el objetivo de analizar y divulgar el impacto que estas nuevas economías y los modelos basados en plataformas tienen en el desarrollo socioeconómico y en la sostenibilidad.

Uno de los aspectos esenciales a la hora de desarrollar el presente trabajo es la realidad económica y social sobre la que se va a tratar y para ello, un modo de abordarlo es en términos comparativos con la economía tradicional. Más adelante, se presenta en cifras el impacto económico de la economía colaborativa con más detalle.

En la Tabla 1, tabla comparativa, pueden observarse las diferencias entre la economía tradicional y la economía colaborativa, que puede ser entendida como economía circular, abanderada del cambio de valores anteriormente presentado.

Tabla 1: Comparativa entre la economía tradicional y la economía colaborativa.

Economía Tradicional	Economía Colaborativa
Abundantes recursos económicos	Crisis
Revolución tecnológica	Interacción tecnológica
Propiedad de los bienes	Acceso a los bienes
Centralización	Redistribución
Nivel global	Nivel local
Compañías - b2b	Personas - p2p
Crédito	Reputación
Consumidor	Productos ociosos
Beneficios	Compensación de gastos
Crecimiento económico Hiperconsumismo	Ahorro Sostenibilidad Equilibrio

Fuente: Elaboración propia.

Según la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia española, en su consulta pública sobre nuevos modelos de prestación de servicios, la economía colaborativa es “un intercambio entre particulares de bienes y servicios que permanecían ociosos o infrautilizados — por ejemplo, las plazas libres del coche en un viaje, el domicilio que queda vacío durante las vacaciones, herramientas que se utilizan una o dos veces tras su compra, etc.— a cambio de una compensación pactada entre las partes²”.

Este intercambio puede producirse entre iguales (*peer-to-peer*), entre empresa y usuario (*business-to-consumer*) e incluso entre empresas (*business-to-business*), consistiendo tanto en el acceso y redistribución del producto, lo que se conoce como consumo colaborativo, o en modos de vida colaborativos referentes a bienes menos tangibles y medibles.

² Puede consultarse en <https://goo.gl/NoKcpS> . Recuperado el 25 de marzo de 2017.

El acceso al producto hace referencia al acto de pagar por el uso de un bien sin que ese pago conlleve la adquisición de su propiedad. Como ejemplo más conocido, el caso de Blablacar, plataforma que pone en contacto a usuarios que quieren realizar un mismo viaje, para compartir así los gastos de viajar en coche, en forma de compensación de gastos y no beneficio económico y demás plataformas que permiten el alquiler *peer-to-peer* de coches entre usuarios que favorecen el uso de bienes ociosos para que otros puedan dar uso al bien, ayudando así a la amortización de su coste.

Cada vez son más las plataformas que se suman a este sistema de la economía colaborativa³ y que gozan de numerosos usuarios ayudando así a reducir los transportes por carretera, y como consecuencia, los destacables problemas de tráfico y contaminación que existen en la sociedad de hoy día.

La redistribución de bienes en nuevos mercados se refiere a la reasignación de bienes adquiridos que no están actualmente en uso, a mercados en los que sí se les puede dar otra utilidad. Como ejemplos, los mercados de intercambio donde los productos pueden ser gratuitos como No Lo Tiro, Grownies; y los mercados de segunda mano, como Chicfy, Wallapop, Deportunity o Stubhub donde se realiza compra-venta de productos.

Definida por Sharing España (2004) como “la quinta R, junto con reducir, reutilizar, reciclar y reparar”, refleja el cambio de valores de la presente sociedad donde estos intercambios incrementan la productividad, eficiencia y utilidad de bienes antes desaprovechados, sin caer así, en el consumismo y obsolescencia programada con la que nacemos las nuevas generaciones.

Los modos de vida colaborativos representan la asistencia en su máximo exponente puesto que no solo pueden compartirse o intercambiarse bienes materiales, sino que también ofrece plataformas a través de las cuales, gente con intereses comunes, puede compartir e intercambiar desde tiempo hasta conocimiento. Son ejemplos Alphai, Sharing Academy, Sherpandipity o Trip4real donde los usuarios ofrecen información tanto a nivel de investigación como de planes o experiencias; Coworking Barcelona o Spacebee donde poder compartir oficinas, locales o salas; Huertos compartidos que ofrece actividades relacionadas con el cultivo o el caso más conocido e implantado de alquiler de habitaciones a viajeros como Airbnb, BeMate, Rentalia o simplemente ofrecer alojamiento sin contraprestación como Couchsurfing.

³ Por citar algunos ejemplos y sin ningún ánimo exhaustivo: Amovens, Avancar, Bicing, Bluemove, Cabify, Respiro o Socialcar.

La financiación no escapa a esta fórmula como podemos ver con plataformas como Comunitae, Growly o Mangopay que representan la tendencia crowdfunding y crowdlending de préstamos entre particulares, como se tratará posteriormente.

La aceptación de este nuevo movimiento económico varía considerablemente a nivel autonómico, nacional y comunitario. A pesar del reconocimiento, apoyo y promoción que la Unión Europea ha manifestado sobre el sector de la economía colaborativa y de que existen países miembros que alaban, aplican y complementan las directrices de la Comunidad con una legislación concreta y completa, también existen Estados Miembros que, además de no tomar consideración de las recomendaciones y las cifras publicadas por la UE, no aplican ni toleran el peso que la economía colaborativa tiene dentro del funcionamiento del propio país.

2.2. CÓMO FUNCIONA

Para conocer el funcionamiento del mercado de la economía colaborativa, se toma como referencia la última guía que la Comisión Europea emitió en junio del pasado año⁴, basada en evitar la destacada fragmentación nacional, proteger el Mercado Único Digital y evitar la regulación desproporcionada por parte de Estados Miembros, poniendo así trabas a la innovación.

2.2.1. ACCESO AL MERCADO

En los modelos de negocio dentro de la economía colaborativa se facilita un intercambio de bienes y servicios mediante plataformas en línea, en el que al no estar implicado el cambio de propiedad, dicho intercambio puede estar sujeto o no a ánimo de lucro y puede suponer o no, un uso temporal de los bienes o servicios intercambiados.

La diferenciación de dichos modelos de negocio determina los diferentes requisitos de acceso al mercado, que se establecen en función de la profesionalidad de los servicios prestados o si estos se efectúan entre particulares, siguiendo la fórmula *peer-to-peer*.

⁴ Bruselas, 2 de junio de 2016, Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social europeo y al Comité de las Regiones titulada “*Una Agenda para la economía colaborativa*”.

En su conjunto, el dilema de si las empresas de economía colaborativa deben ajustarse a los mismos requisitos de acceso al mercado que los prestadores de servicios tradicionales, puesto que comparten mercado, o si, por el contrario, son los requisitos de acceso al mercado los que deben ajustarse a estas nuevas oportunidades de negocio, al tratarse de nuevos tipos de prestadores, constituye la base del funcionamiento de este mercado y es la confrontación legislativa que nos describe actualmente.

Según la UE, los prestadores de servicios profesionales se rigen por el Tratado⁵ y la Directiva de servicios⁶. No deberían por tanto estar sujetos a requisitos de autorización o licencia, a no ser que fueran necesarios para que se preserve el objetivo de interés público, y en el caso de estarlo, siempre deberían ser proporcionados, objetivos y sin límite de tiempo, lo que hace referencia a ese uso de carácter temporal de los modelos de negocio colaborativos.

Pero hay que recordar que, a la hora de legislar, las prohibiciones absolutas y las restricciones cuantitativas son medidas de último recurso, y debe valorarse la justificación y la proporcionalidad de dichos requisitos aplicados. Aquí es donde deberíamos mencionar que la economía colaborativa es un mercado que posee mecanismos que ya aseguran la calidad y la seguridad de sus sistemas, evitando la asimetría (uno de los principales problemas que conducen a fallos de mercado), y lo hace a través de sistemas de calificación y reputación, que reducen significativamente estos riesgos en garantía del objetivo de interés público, y permiten que todos los usuarios de las plataformas colaborativas, ya sean consumidores o productores, gocen de la misma información, del mismo acceso a ella y de la red de confianza y consecuentemente de seguridad, que esto implica.

Centrándonos en la prestación de servicios entre particulares, al no implicar una remuneración y poder consistir en una mera contraprestación con el fin de compensar gastos, el amparo del Tratado y la Directiva de servicios se vuelve borroso, relativo y sujeto a una aún más libre interpretación por parte de los Estados Miembros de la Unión Europea.

Para determinar si es un particular o un profesional el prestador de servicios, se toman en consideración unos umbrales referentes a la asiduidad de la prestación o a su valor económico, criterios que se determinan por cada Estado a su criterio.

⁵ Art. 49 y 56 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (Tratado de la Unión Europea y del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea 2012/C 326/01).

⁶ Art. 9 y 16 de la Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior.

No hay un criterio uniforme, pues la Comisión se ha limitado a recomendar el establecimiento de estos umbrales, pero sin referencia adicional alguna, eso sí deben plantearse de forma justificada y proporcionada, para reducir las posibles barreras de entrada. el precio y aumentar tanto productividad como oferta. Pero la situación actual y real, es que cada país de la UE tiene, no sólo diferentes barómetros, sino que incluso en algunos casos ni siquiera se ha tomado en consideración este sector.

Otro dato a tomar en consideración es la diversidad de figuras que intervienen en las transacciones, lo que lleva a un nuevo modelo en las relaciones de consumo. Por un lado, están las estructuras *peer-to-peer*, en las que se percibe una figura que podríamos definir como *prosumidor*⁷, en la que se aúnan las funciones de productor y consumidor en una sola, ya que consume sus mismos outputs, haciendo que no haya un perfil profesional que oferta servicios y un perfil particular que los requiera, difuminando la división entre la parte fuerte y la débil de la relación.

Para ejemplificar, cuando el titular de un coche oferta las plazas libres de su vehículo para efectuar un trayecto en una plataforma colaborativa. Los beneficiarios de este servicio son todos y la contrapartida económica es en favor de todos, para el titular del coche por la compensación de gastos y para el resto de ocupantes del coche por obtener un precio inferior al del servicio tradicional.

En lo concerniente a los prestadores de servicios, nos encontramos ante la disyuntiva de si responden a profesionales o particulares, pues en lo referente a las plataformas colaborativas, se debe determinar si actúan como prestadores de servicios de la sociedad de la información, como intermediarios entre el prestador de servicios y el consumidor ofreciendo servicios auxiliares, o como prestadores del servicio subyacente.

Para distinguir entre ambas opciones debe recurrirse a la naturaleza de sus actividades.

Cuando la actividad principal de la plataforma en línea está limitada a proporcionar “un servicio prestado normalmente a cambio de una remuneración, a distancia, por vía electrónica y a petición individual de un prestatario de servicios⁸” (como es el almacenamiento de datos), se considera que ofrece un servicio de la sociedad de la información y, por tanto, la plataforma no debe ser tomada ni prestarse a las condiciones de un prestador del sector en el que opere.

⁷ El concepto de *prosumidor* nació con Alvin Toffler (1980): “vemos un progresivo difuminarse de la línea que separa al productor del consumidor. Vemos la creciente importancia del prosumidor. Y, más allá de eso, vemos aproximarse un impresionante cambio que transformará incluso la función del mercado mismo en nuestras vidas y en el sistema mundial.”

⁸ Art. 2.a de la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa al comercio electrónico en el mercado interior.

No obstante, también puede ocurrir que la plataforma colaborativa tenga entre sus actividades, la intermediación entre el prestador de servicios y el usuario o consumidor de los mismos y proporcione servicios adicionales, que no el servicio en sí.

Los mecanismos de calificación, evaluación y reputación que poseen gran parte de las plataformas en línea no deben ser confundidos con elementos que contribuyan a aumentar el control del servicio, ya que son llevados a cabo por los usuarios y no por la plataforma. Lo mismo ocurre con otras actividades auxiliares llevadas a cabo por las plataformas, que lejos de contribuir a aumentar esos niveles de influencia, contribuyen a asistir al prestador, por ejemplo, al ofrecer modalidades de pago, cobertura de seguro o servicios postventa.

Cuando la plataforma además de propiciar y facilitar la conexión entre usuarios para que se produzca el intercambio, sea la que ofrezca directamente el servicio, se debe considerar proveedora del servicio y, por lo tanto, se debe someter a los mismos criterios (autorizaciones, licencias, etc.) que los prestadores tradicionales.

Para poder establecer si se encuentra en este caso, los elementos que juegan un papel importante son los que determinan los niveles de control o de influencia que la plataforma tiene sobre el prestador de servicios, los cuales son:

- Quién fija el precio
- Quién posee los activos
- Quién establece condiciones contractuales

Si la respuesta a los tres criterios anteriores es la plataforma colaborativa, existen razones de peso suficientes para establecer que la plataforma actúa y debe ser considerada como el prestador de servicios, ya que ejerce un alto nivel de control sobre el servicio subyacente.

Esto es, por ejemplo, una plataforma que ofrece servicios en el sector inmobiliario, concretamente alquileres a corto plazo.

Dicha plataforma no posee los activos que se ofrecen en alquiler (los posee el prestador) ni fija los precios de ese alquiler (los fija el prestador) por lo que no puede ser considerada como prestadora de servicios inmobiliarios, sino prestadora de servicios de la sociedad de la información, con lo que no debe someterse a ningún criterio de acceso o regulación del sector inmobiliario.

2.2.2. MODELOS

En los últimos años, esta incertidumbre respecto a lo que puede ser o no sometido a las regulaciones tradicionales, ha provocado que todo pueda caer bajo el paraguas del término “economía colaborativa”, incentivando la atribución a ella de ideas erróneas tales como la competencia desleal y la amenaza.

Para contribuir a evitarlo, la Asociación Española de Economía Digital junto a Sharing España, como abanderados de la economía colaborativa en nuestro país, se atreven a diferenciar distintos modelos de negocio, cuya distinción, facilitaría una regulación específica por parte de nuestro gobierno, ayudando a mejorar la presente situación española, plagada de restricciones desproporcionadas e innecesarias⁹.

Actualmente encontraríamos tres modelos que permitirían dar corporeidad a la economía colaborativa en nuestro país y concretizar una regulación, respecto a los requisitos anteriormente explicados y las características siguientes explicadas.

La *economía colaborativa* propiamente dicha funcionaría mediante relaciones tanto entre particulares (*peer-to-peer*), entre profesionales (*business-to-business*) como entre profesional y particular (*business-to-consumer*) con la única condición de que la plataforma digital solo actuaría como prestador de servicios de la sociedad de la información, y no como prestador del servicio subyacente, pertenezca al sector que pertenezca.

En la *economía bajo demanda*, la plataforma colaborativa también ejercería como prestadora de servicios de la sociedad de la información, sin prestar el servicio subyacente, pero con un reconocido ánimo de lucro, puesto que los servicios subyacentes requieren de prestación económica y deben adaptarse a las necesidades puntuales de los consumidores.

Y por último encontraríamos la *economía de acceso*, en la que esta vez sí, la plataforma colaborativa actúa como prestadora del servicio subyacente y por tanto debe acogerse a los requisitos más ‘tradicionales’ de acceso al mercado, como licencias y régimen de trabajadores. Sería el caso de los sistemas públicos que ponen a disposición de los consumidores, bienes durante un periodo de tiempo limitado.

⁹ Puede consultarse en <https://goo.gl/a5VThW> . Recuperado el 17 de marzo de 2017, lo que conllevó una actualización del contenido desarrollado en el presente trabajo.

2.2.3. RESPONSABILIDAD

En relación a lo anterior, en materia de responsabilidad contractual y extracontractual, dado que la actividad principal de las plataformas colaborativas es considerada servicio intermediario de la sociedad de la información, concretamente, el almacenamiento de datos, la Directiva sobre Comercio Electrónico¹⁰ dice que las plataformas en línea quedan exentas de la responsabilidad de la información que almacenan.

Cuando una plataforma colaborativa también ofrece actividades auxiliares al almacenamiento de datos como los mecanismos de evaluación, forma de pago, seguro, etc., esta exención de responsabilidad no es aplicable ya que lo que se tiene en cuenta es la normativa europea de protección de datos personales.

2.2.4. PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR

La gran importancia que se da a los mecanismos de calificación, evaluación y reputación que ofrecen los modelos de negocio de la economía colaborativa es debida a que se trata de un sector en el que las figuras de proveedor y consumidor están completamente desdibujadas.

La alta interacción y la relación multilateral existente que permite estructuras *peer-to-peer*, *business-to-consumer* y *business-to-business*, no deja claro qué parte depende más de la otra ni qué parte por consecuente, es más débil y requeridora de protección.

La legislación europea existente distingue entre *comerciante*¹¹ “que actúa con un propósito relacionado con su actividad económica, negocio, oficio o profesión” y *consumidor* “que actúa con un propósito ajeno a su actividad económica, negocio, oficio o profesión”.

En la economía colaborativa, la aplicación de estos criterios hace que para estructuras *business-to-consumer*, donde la plataforma es considerada como prestador de servicios y, por tanto, *comerciante*, se aplique la Directiva sobre prácticas comerciales, la Directiva sobre los derechos de los consumidores y la Directiva sobre cláusulas abusivas en los contratos concluidos con consumidores.

¹⁰ Art. 14 de la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa al comercio electrónico en el mercado interior

¹¹ Art. 2 de la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales.

Referente a la estructura *business-to-business*, donde el *consumidor* correspondería a aquella compañía que actúa fuera de su negocio, se aplica la Directiva sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa.

Sin embargo, la legislación de la UE aplicable en materia de protección del consumidor no es aplicable para las transacciones entre consumidores, como sería el caso de las estructuras *peer-to-peer* porque en ellas no se distingue el *comerciante* del *consumidor*.

Es cuando hay que recurrir a los siguientes criterios para distinguir si el particular que actúa como prestador de servicios subyacentes puede ser considerado *comerciante*:

- Asiduidad de los servicios. Cuanto más frecuente sea la prestación de servicios más fácil será identificar al prestador como *comerciante*.
- Finalidad lucrativa. La compensación por costes y el intercambio de activos no son consideradas transacciones lucrativas por lo que sus prestadores no son identificados como *comerciantes*.
- Volumen de negocio. Un alto volumen de negocio en la actividad que se supone como negocio del prestador sin tener en cuenta el de otras actividades hace posible que se identifique al prestador como *comerciante*.

Aunque la protección del consumidor no sea aplicable a una plataforma por no poder identificarse ninguno de los particulares intervinientes en la transacción como *comerciante*, la aplicación de la protección de datos personales¹² es obligatoria.

2.2.5. TRABAJADORES

La disminución de costes de transacción que posibilitan las plataformas digitales afecta al concepto de trabajo y trabajador, flexibilizándolo y demostrando a las empresas que no existe la necesidad de poseer una gran estructura organizativa.

En esta tendencia, las empresas no contratan trabajadores, sino que a través de sus plataformas en línea conectan prestadores con usuarios, oferentes con demandantes.

¹² Las normas de protección de datos incluidas en la Directiva 95/46/CE se han revisado recientemente. El nuevo Reglamento general de protección de datos (UE) 2016/679, DO L 119 de 4.5.2016, p. 1, será aplicable a partir del 25 de mayo de 2018.

Esto significa que el encargado de prestar el servicio no es un trabajador tradicional, es una persona individual. De ahí la borrosa frontera de nuevo, esta vez entre trabajadores por cuenta propia y trabajadores por cuenta ajena.

El Tribunal de Justicia de la UE (TJUE) define el concepto de trabajador dentro del marco de la libre circulación como: “relación laboral en la que una persona realiza, durante cierto tiempo, en favor de otra persona y bajo la dirección de ésta, determinadas prestaciones a cambio de las cuales recibe una retribución” por lo que los términos de esa relación serán los que determinen la consideración de los operadores de la economía colaborativa. Dichos criterios responden a:

- Vínculo de subordinación. Si el prestador del servicio no puede elegir qué servicios presta, cuándo los presta ni cómo los presta.
- Naturaleza de la actividad. Si el servicio prestado es real, efectivo y de valor económico sin resultar marginal y accesorio.
- Remuneración. Si el prestador recibe una remuneración como contraprestación y no una mera compensación de gastos.

Por el contrario, según Todolí, se considera autónomo o trabajador por cuenta propia a “aquel que trabaja directamente para el mercado, con una organización propia e independencia para decidir cómo prestar servicios con libertad para aceptar o no encargos, aportando medios de producción, sin ceder anticipadamente el fruto de la prestación de servicios y ateniéndose al resultado económico favorable o adverso del negocio”.

La cuestión reside en establecer si los ‘colaboradores’ que prestan servicios en las plataformas colaborativas gozan de libertad para decidir cuándo y cómo prestan el servicio y ser considerados como trabajadores por cuenta propia o si se encuentran bajo el control del ámbito de dirección de la compañía colaborativa y son trabajadores dependientes.

El hecho de que las plataformas colaborativas sean consideradas como prestadoras de servicios de la sociedad de la información únicamente, imposibilita que los prestadores de servicios subyacentes sean considerados sus trabajadores.

Pero cuando las plataformas actúan como prestadoras del servicio en sí, la forma de control del servicio y, por tanto, la subordinación, es diferente a la tradicional puesto que se podría decir que quien supervisa y controla el trabajo desarrollado por los prestadores no es la compañía si no los propios consumidores a través de los mecanismos de evaluación.

Esto puede verse como un indicador de que esos mecanismos de evaluación solo sirven de indicador sobre cómo y cuándo prestar el servicio, dejando a los trabajadores la libertad de controlar su actividad.

Por lo que de nuevo la protección, esta vez hacia los trabajadores, es puesta en tela de juicio en función de la interpretación de su dependencia.

2.2.6. RÉGIMEN FISCAL

La economía colaborativa como cualquier otro sector de la economía, no queda fuera del ámbito de aplicación de las normas sobre la renta de las personas físicas, el impuesto de sociedades o el impuesto sobre el valor añadido.

Sin embargo, las borrosas definiciones de los prestadores de servicios, plataformas y trabajadores entorpecen el correcto funcionamiento del régimen fiscal. La solución que aportan los agentes colaborativos a este dilema es fácil y directa: un intercambio de información entre plataformas, autoridades y prestadores de servicios gracias al registro y rastreabilidad de las operaciones y actividades que posibilitan las plataformas digitales, reduciendo los innumerables costes de la administración.

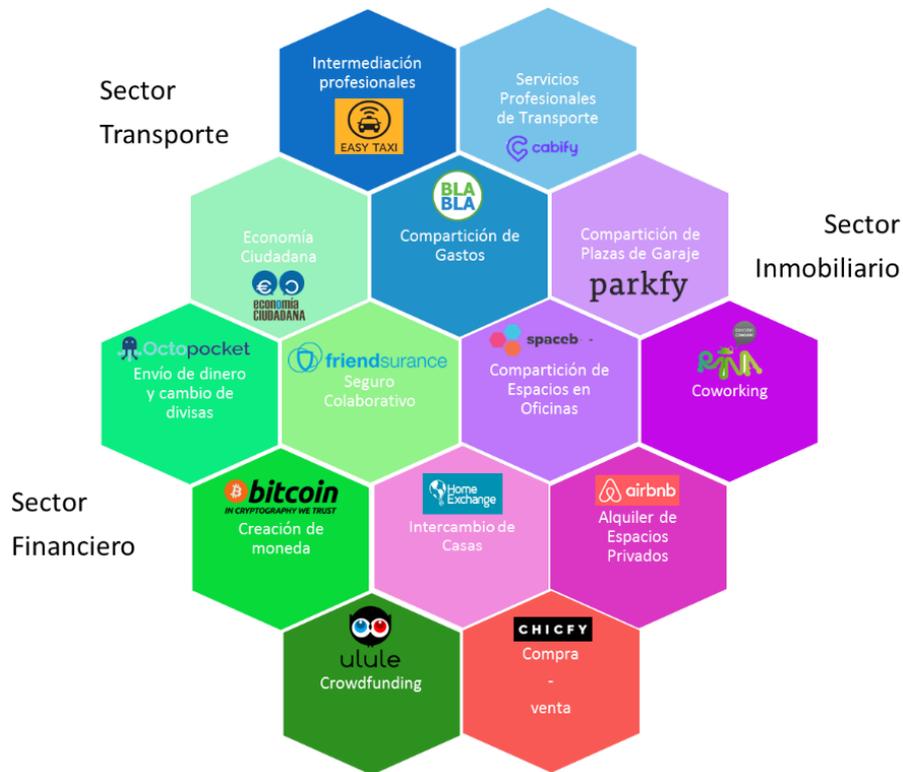
Pero para poder llegar a ello de una manera eficiente, la puesta de normas en común y la colaboración proactiva de las plataformas y compañías colaborativas es condición necesaria y suficiente.

2.3. SECTORES MÁS RELEVANTES

El mercado de la economía colaborativa presenta divisiones sectoriales como cualquier mercado tradicional, con la distinción de la diversidad de estructuras y, por tanto, adaptaciones que este mercado presenta.

En el Gráfico 1 se muestra la diversidad estructural del mercado, resaltando los ejemplos de las compañías más conocidas por todos para ayudar a su comprensión.

Gráfico 1: División estructural de los sectores de la economía colaborativa



Fuente: Elaboración propia.

2.3.1. TRANSPORTE

El sector del transporte es el que mayor popularidad ha alcanzado de entre todos los sectores abarcados por la economía colaborativa, más allá de que sus consumidores estén o no especializados y relacionados con dicho concepto. Su notoriedad está basada en la constatación del principio de que los vehículos constituyen un bien infrautilizado en nuestro país y de que existen alternativas para obtener una mayor rentabilidad sobre ellos haciendo un uso más racional.

El sistema colaborativo en el que se basa este sector se divide en dos métodos de utilización:

- Car sharing. Cesión del uso del vehículo por parte del titular en aquellos periodos de tiempo en los que no vaya a hacer uso del mismo a cambio de una contraprestación (alquiler).

- Car pooling. Compartición del uso del vehículo por parte del titular mediante las plazas libres y su publicidad en plataformas colaborativas con el objetivo de compensar gastos al realizar el mismo viaje.

En cuanto a los servicios ofrecidos, encontramos distintas estructuras interdependientes de la utilización del car sharing o del car pooling.

Existen empresas de *servicios profesionales de transporte* que ponen en contacto a profesionales del sector del transporte con consumidores que demandan un servicio. Estas empresas reciben una parte del precio que el consumidor paga al profesional del sector como comisión.

Ejemplos con esta estructura son Cabify o Uber cuyos servicios se fundamentan en desplazamientos urbanos. Cabify, cuenta con una aplicación que permite contratar tanto a particulares como a empresas en calidad de chofer profesional, eligiendo incluso la gama del vehículo. El consumidor no realiza ninguna transacción monetaria con el conductor profesional puesto que el pago de la prestación se hace mediante la plataforma de la empresa con el registro de su tarjeta de crédito, recibiendo un presupuesto por el trayecto y pagándolo en el momento. De esta forma, Cabify retira directamente su comisión respecto al servicio.

Uber, también mediante su aplicación, proporciona transporte a sus clientes poniéndolos en contacto con conductores profesionales. Los consumidores pueden pedir un coche dónde y cuándo quieran porque la aplicación les pone en contacto con algún conductor cercano a su ubicación.

Al completar el trayecto, la aplicación carga automáticamente el importe, establecido por la empresa, en la cuenta del conductor, permitiendo también el cobro directo de la comisión.

También encontramos empresas de *compartición de gastos de transporte* que ofrecen servicios de media o larga distancia. Conectan personas que tienen en común realizar un determinado trayecto. Su principal objetivo es crear una comunidad basada en la confianza y el uso racional de los vehículos, promovida por la puesta en conocimiento de sus usuarios de toda la información respecto a ellos, tanto a nivel de experiencias ya realizadas como de opiniones y valoraciones de sus acompañantes.

Ejemplo de este caso, en el que el ánimo de lucro no es el objetivo de la empresa, como lo era en el caso anterior, si no la compensación de gastos es Blablacar. El servicio ofrecido por la empresa consiste en un trayecto que independientemente de la demanda que produzca, va a realizarse sí o sí.

Como último modelo de estructura encontramos empresas que ofrecen *servicios de contacto como intermediación entre profesionales y clientes*, es decir, que la empresa simplemente actúa como intermediaria entre el proveedor del servicio y el consumidor, sin obtener comisiones ni efectuar mediante su plataforma el pago por los servicios ofrecidos.

En este caso, tenemos como ejemplo EasyTaxi, donde el profesional que ofrece el servicio de conductor con su automóvil es el que directamente puede cobrar los servicios. Generalmente los profesionales con los que la plataforma conecta tienen licencia que acredita su carácter profesional.

2.3.2. ALOJAMIENTO

El sector inmobiliario ha sido revolucionado por las nuevas tecnologías y la llegada de Internet. Desde su aparición, los medios de los que se servía para publicitar sus anuncios y servicios disponibles se han visto afectados y adaptados a las nuevas corrientes, sin dejar pasar la colaborativa.

En este sector, el sistema colaborativo se divide en dos campos, en función de la materia de sus servicios:

- Turístico. Especialmente dirigido a estancias cortas (uso temporal). La gran demanda existente en nuestro país en relación a alquileres vacacionales es el principal impulsor de este campo. En referencia al cambio de valores y hábitos en nuestra sociedad como consecuencia de la crisis, de la necesidad de interacción y de internet y sus portales, cada vez más personas declinan la idea de pasar sus vacaciones en un hotel en favor de alquilar o compartir una estancia, ya sea apartamento o habitación. El coste de este servicio y el nuevo enfoque más encaminado al disfrute de las experiencias y el contacto real con el entorno hace que la economía colaborativa encuentre en el turismo un gran aliado.
- Laboral. Dirigido a estancias largas. De la misma forma, el cambio de valores generacionales y la situación económica en nuestro país hacen que, para muchas empresas y trabajadores, la compartición de un espacio fijo de trabajo gane seguidores.

En cuanto a las distintas estructuras que podemos encontrar dentro del sector inmobiliario, destacan las siguientes en función de los campos anteriormente descritos.

Existen empresas que ofrecen *alquiler de espacios privados*, es decir, cesión que el titular realiza de su propiedad a un tercero con carácter temporal y limitado. Destacan los alquileres de habitaciones, apartamentos o casas cuyos propietarios de nuevo están infrutilizando.

Ejemplo conocido sería Airbnb, empresa que apela al ahorro en el gasto vacacional y el acceso a la información con sus valoraciones. Están presentes en más de 190 países y en aproximadamente 34.000 ciudades. A través de su aplicación, la empresa es intermediaria en un sistema de comunicación entre anfitrión y huésped proporcionando el modo de pago de la prestación del servicio por el que recibe una comisión.

Existen también empresas que ofrecen *intercambio de casas*, diferenciándose de las anteriores en que en este caso no existe ninguna transacción económica entre sus usuarios. Este es el caso de la empresa IntercambiodeCasas.com, que como intermediario tiene la única función de velar por la seguridad de la comunidad de usuarios. En lugar de recibir una comisión por facilitar las prestaciones, este tipo de compañías cobran cuotas de acceso a la plataforma.

Compartir espacios en oficinas es otro de los servicios con mayor impacto. Se trata de que varias personas trabajen en una misma estancia sin buscar otro objetivo que la compensación de gastos. En este modelo, se comparte espacio, mesas y otros recursos asociados, pero sin generar comunidad entre sus usuarios. Este servicio y su forma de pago es totalmente flexible ya que puede ir desde su uso por sólo unas horas hasta periodos anuales. Es común que este modelo sea confundido con el coworking, pero existen diferencias entre ellos. Por *coworking* se entiende la evolución de la compartición de una estancia porque va más allá de la mera compensación de gastos. Supone una nueva forma de ver las relaciones laborales y el entorno laboral, donde la interacción de nuevo juega el papel principal. En este modelo, la creación de sinergias es parte del objetivo, de forma que constituye una herramienta eficaz para aquellas empresas que se complementen y no compitan entre sí.

La cultivación de un buen ambiente para estas sinergias puede contribuir a nuevos proyectos y oportunidades de manera más rápida, directa y segura.

Algunas empresas ofrecen la posibilidad de *compartir plazas de garaje*. Generalmente en ciudades grandes, donde la escasez de plazas de aparcamiento es problemática y la abundancia de eventos y concentraciones que las requieren también lo es, sumado a la movilidad inversa por la que trabajadores del centro residen fuera, muchos titulares deciden alquilar por tramos de tiempo sus plazas privadas.

Ejemplo en España sería Parkfy que, sobre la base de una confirmación de la identidad de los usuarios en su aplicación, permite la reserva y aparcamiento de una plaza de garaje de un usuario privado.

2.3.3. COMPRA-VENTA

Presente en internet desde su nacimiento, la compraventa de artículos de segunda mano es un sector con un fuerte recorrido también en la economía colaborativa.

Con la facilidad como principal ventaja para este sector, cada vez son más los que encuentran una nueva vida para todos sus artículos infrutilizados a cambio de dinero extra. Pero a pesar de la facilidad de la transacción, existen retos que contrarrestan el peso de este modelo colaborativo.

La responsabilidad y garantías variables de unas plataformas a otras hacen que los límites del consumidor, productor y plataforma queden de nuevo difusos entorpeciendo el correcto transcurso de las transacciones.

Ejemplo de este modelo sería Chicfy o Deportunity, empresas que a través de sus aplicaciones permiten conectar a los usuarios facilitando el pago por las prestaciones a cambio de comisiones, controlando la seguridad y verificando las identidades de compradores y consumidores.

2.3.4. FINANCIACIÓN

Nos encontramos ante una generación de emprendedores que, a pesar de la crisis económica y de las dificultades del mercado de crédito muy limitado, ha encontrado una solución alternativa para financiar su emprendimiento y proyectos a través de la economía colaborativa. Dentro de la financiación colaborativa encontramos diferentes estructuras que desarrollaremos a continuación.

La *Economía ciudadana* tiene como objetivo impulsar la creación de riqueza mediante incentivos fiscales o económicos. Se busca impulsar la economía ciudadana minimizando riesgos de deslocalización y reducir la actividad especulativa.

Este modelo está basado en las tradicionales cooperativas de crédito y en el fomento de un comportamiento ético para crear conexiones entre usuarios, compartiendo riesgos entre ahorradores y emprendedores, productores y consumidores mediante proyectos locales y comunes.

El *Seguro colaborativo*, ofrece compartir el coste de las primas de seguros entre grupos de personas que compartan un mismo tipo de seguro bajo distintas fórmulas. Siguiendo la estela, a través de las redes sociales y sus plataformas se forman grupos de personas que acuerdan compartir la prima de su seguro para apoyarse económicamente si un miembro del grupo da un parte. Si los partes no exceden la prima habitual, todo el grupo se beneficia de un ahorro.

Ejemplo de este modelo es la empresa alemana Friendsurance, pionera en la estructura peer-to-peer. Lo que la diferencia de una aseguradora tradicional es que un grupo de personas pueden conectar a través de su plataforma para compartir la cobertura de siniestros y los riesgos del resto, aportando una pequeña cantidad a elección de cada uno. El seguro es contratado con aseguradoras tradicionales, de modo que el servicio de la compañía reside en encontrar la red de personas correcta y similar.

Otro ejemplo, centralizado en el sector del automóvil es la empresa Guevara, operando también según peer-to-peer. En este caso, el consumidor contrata el seguro directamente con la empresa, no como en el ejemplo anterior.

En primer lugar, se realiza la evaluación de riesgos y el abono normal de una primera prima anual, de la que saldrá la comisión para la compañía. Los años posteriores ya no requerirán un abono normal al formar parte un proceso colaborativo gracias a pertenecer a un grupo de personas aseguradas similares a ti. Entre los abonos de todos los miembros del grupo se hace un bote común del que se cobrarán todas las reparaciones a lo largo de año, de forma que al año siguiente la parte proporcional que cada miembro debe abonar es mucho menor.

El *envío de dinero y cambio de divisas* demuestra que con la financiación colaborativa también podemos ahorrar en los costes operativos adicionales que las entidades bancarias nos reclaman a la hora de enviar/recibir dinero incluso en el extranjero. A través de estas nuevas plataformas, ese margen y, por consiguiente, también la dificultad de las operaciones se reduce.

Un ejemplo de ello es la empresa Transferwise, que dispone de cuentas bancarias en varios países en su moneda correspondiente desde donde envía y recibe dinero. Los trámites a seguir por los usuarios para, por ejemplo, enviar dinero desde España a Estados Unidos son tan sencillos como ingresar en la cuenta que la compañía tiene en España el dinero que desee enviar en euros y retirar la cantidad correspondiente en dólares en Estados Unidos de la cuenta que la empresa tiene allí. La propia empresa, al contar con cuentas en ambos países, solo realiza una transferencia nacional desde su cuenta en Estados Unidos a la cuenta estadounidense solicitada allí por el usuario.

De esta forma, los costes operativos son reducidos notablemente al no existir una transferencia física internacional y por tanto cambio de divisa.

Otras empresas combinan estos servicios con otros típicamente bancarios, como la empresa española Octopocket, que permite enviar y recibir dinero a través de Telegram (plataforma de mensajería instantánea similar a Whatsapp) y disponer de efectivo en cajeros automáticos, sin necesidad de tarjeta bancaria o cuenta bancaria. El funcionamiento de este modelo está basado en que cada número de teléfono registrado en la plataforma tiene asociado un usuario y un contrato que paga a una operadora por sus servicios telefónicos. A ese contrato es donde se cargarán los envíos de dinero. Si por el contrario lo que se desea es retirar efectivo de un cajero, bastará con introducir tu número de teléfono y las claves enviadas a ese número para obtener el efectivo.

Al igual que el concepto del dinero, la *creación de moneda* y su circulación también han evolucionado de la mano de la financiación colaborativa. Es frecuente la existencia de comunidades en las que, al margen de la moneda legal en curso, se aceptan también otras monedas, ya estén respaldadas físicamente o no.

Las monedas sociales, físicas, son creadas y utilizadas por comunidades para favorecer el intercambio de productos y servicios sin requerir a la moneda de curso legal. Son impresiones o cartillas que están reconocidas por instituciones locales como, por ejemplo, los ayuntamientos.

Su uso es complementario de la moneda oficial, no sustitutivo, puesto que fuera de esta comunidad y en los bancos tradicionales no tienen valor. Permite crecer y afianzar las redes entre locales para la redistribución de bienes y servicios infrautilizados y las relaciones comerciales. Presenta ventajas tales como impedir las burbujas económicas e incentivar las economías locales, aunque esto también puede verse como inconveniente, ya que a la vez que incentiva, limita esas economías a la franja local que reconoce la moneda.

Ejemplo sería la Bristol Pound, moneda social que cuenta con el respaldo del Ayuntamiento de la localidad inglesa de Bristol, que permite el pago de los impuestos locales. El caso español viene de la mano de Puma, la moneda social que puede utilizarse en el casco histórico de Sevilla para intercambios de servicios locales basados en puntos.

Las criptomonedas, no físicas sino digitales, son monedas que se almacenan en un monedero electrónico que tiene asociado una dirección pública y una clave privada, es decir, un usuario y contraseña que son los que permiten acceder a los fondos y realizar transacciones con ellos.

La principal ventaja de estas monedas es que al contrario de lo que ocurre con las monedas sociales, pueden utilizarse en cualquier parte del mundo porque no están restringidas a usos locales y comunidades y puede cambiarse por otra divisa. El ejemplo más conocido corresponde a Bitcoin, la criptomoneda más longeva y con mayor número de usuarios.

En palabras del abogado David García-Ochoa: “Se trata de una criptomoneda que opera con tecnología peer-to-peer o entre pares, de código abierto, esto es, su diseño es público, por lo que cualquiera puede verificar su funcionamiento. Es un protocolo informático distribuido entre todos los servidores que componen la red (denominados nodos), que nadie domina o controla. Cualquiera que forme parte de la red tiene que aceptar las reglas prefijadas.” Bitcoin personifica el espíritu de la economía colaborativa al eliminar los intermediarios en las operaciones monetarias como son las entidades financieras al operar con cuentas corrientes. Los usuarios titulares de los monederos electrónicos son los únicos que tienen y controlan el acceso a sus fondos, haciendo de este modelo una financiación peer-to-peer. Varias plataformas de economía colaborativa en otros sectores (como el inmobiliario, por ejemplo) permiten el pago de sus prestaciones de servicios con esta moneda.

El *crowdfunding* se define literalmente como financiación de masas, del inglés *crowd* “multitud” y *funding* “financiación”. A pesar de ello, la traducción que más le identifica es microfinanciación, ya que se trata de pequeñas aportaciones realizadas por múltiples suscriptores para conseguir el importe total requerido para financiar un proyecto concreto. El crowdfunding nace como modelo de financiación impulsado por emprendedores y start-ups que encuentran aún más dificultades en un mercado financiero cerrado, con poca facilidad de crédito y muchos riesgos para pequeñas compañías en un entorno de crisis económica mundial.

Este modelo se basa en el uso de plataformas digitales de financiación colaborativa que actúan de intermediarios entre particulares para conseguir conectar a aquellas personas que se presten a dar o invertir dinero en un proyecto donde se detalla el objetivo a conseguir (importe total) y un plazo límite temporal para la consecución de dicha financiación. Las plataformas, al requerir como indispensable esta información, robustecen la solidez y seguridad de este modelo de financiación en el que, en el supuesto de no conseguir el objetivo fijado en el límite de tiempo fijado, se reintegran todas las aportaciones recibidas. La mayoría de las plataformas operan de la misma manera, quedándose una comisión que suele variar entre el 3% y 6%.

Ejemplos de estas plataformas en internet encontramos en Indiegogo, Kickstarter, Ulule, Crowdfunder con enfoque general respecto al tipo de proyecto.

Encontramos otras empresas como Gambitius, especializada en la financiación de proyectos relacionados con videojuegos, Verkami para proyectos creativos y de diseño, APPSplit para el desarrollo de apps o Taracea para el desarrollo de proyectos relacionados con la ciencia y la tecnología. Al igual que no existen límites en cuanto al tipo de proyecto susceptible de este modelo de financiación, tampoco existen para el tipo de contraprestación que se recibe.

Podemos hablar de las siguientes cinco fórmulas generales de crowdfunding:

A - Donation-based crowdfunding o crowdfunding cuya referencia son las donaciones. Su objetivo es conseguir financiación para proyectos de interés general o para organizaciones sin ánimo de lucro. Las aportaciones son, por tanto, donaciones por las que no se recibe ningún tipo de contraprestación. Al no existir en España legislación específica, se le aplica desde la perspectiva del Derecho civil y mercantil, las disposiciones del Código Civil en materia de donaciones.

Como ejemplo, BBVA Suma, que ha recaudado casi un millón de euros destinados a ellas, o Mi Grano de Arena.

B - Reward-based crowdfunding o crowdfunding de recompensa. A cambio de la financiación obtenida, se otorgan recompensas o bienes y servicios. Al no existir en España legislación específica, se le aplica desde la perspectiva del Derecho civil y mercantil, las disposiciones del Código Civil en materia de compraventa.

Como ejemplo, Kickstarter, dedicada a proyectos creativos con el bagaje de más de 100.000 proyectos y 2,3 millones de dólares recaudados gracias a 11 millones de personas.

C - Real estate crowdfunding o crowdfunding inmobiliario. Los proyectos presentados por los promotores responden a inversiones en bienes inmobiliarios. No muy bien valorado en España, tras la todavía reciente burbuja inmobiliaria en nuestro país, cuyos efectos se sienten en el sector.

D - Loan-based crowdfunding o crowdlending. Los creadores del proyecto solicitan un préstamo a aquellos que deseen contribuir, cuyo importe se devuelve con intereses devengados. Como ejemplo, Arboribus, donde se permite prestar tanto a particulares como a empresas o LoanBook, que posee un filtro de selección de empresas sólidas, aportando mayor seguridad.

E - Equity-based crowdfunding. Los creadores del proyecto solicitan un préstamo a aquellos que deseen contribuir y en calidad de contraprestación, los aportadores reciben acciones o participaciones en la sociedad promotora.

Como ejemplo, Crowdcube, a través de la cual se han financiado 371 empresas con un total de casi 158 millones de euros.

3. IMPACTO ECONÓMICO EN LA UE DEL SECTOR DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

3.1. DATOS ECONÓMICOS

En este punto, se ofrecen cifras consolidadas del peso, tamaño y valor que la economía colaborativa ha alcanzado en su totalidad en la Unión Europea y su segmentación por sectores y estados miembros. Para otorgar un mayor trasfondo a la economía colaborativa como mercado específico y como sector del mercado internacional, a continuación, se presentan una serie de datos recogidos a nivel europeo a lo largo de los últimos años, arrojando así corporeidad y peso a sus transacciones y movimientos.

3.1.1. UNIÓN EUROPEA

Dado que a lo largo de este presente 2017 se cerrarán y publicarán los resultados definitivos correspondientes al año 2016, a día de hoy contamos con datos cien por cien sopesados y cerrados del año 2015. En la Tabla 2 puede verse el volumen de ingresos y transacciones en millones, registrados en todo el año 2015.

Tabla 2: Ingresos y transacciones de la economía colaborativa en la UE (2015)

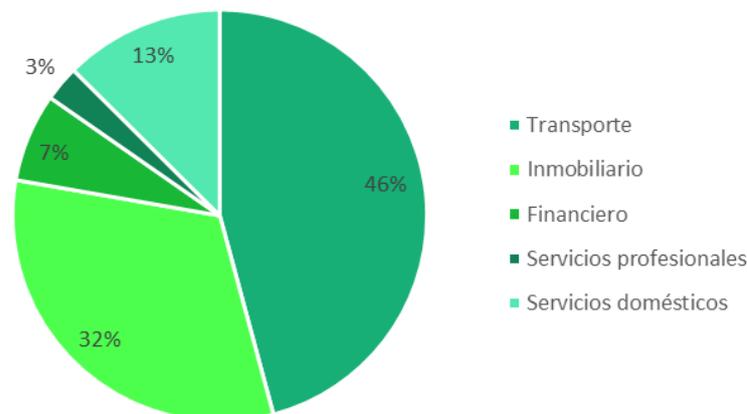
Sector	Ingresos (m)	Transacciones (m)
Transporte	1.650 €	5.100
Inmobiliario	1.150 €	15.100
Financiero	250 €	5.200
Servicios profesionales	100 €	750
Servicios domésticos	450 €	1.950
TOTAL	3.600 €	28.100

Fuente: Datos PWC. Elaboración propia.

Los ingresos procedentes a la economía colaborativa en Europa sumaron 3.600 millones de euros y se produjeron un total de 28.100 millones de transacciones.

Podemos segmentar estos datos en los sectores que configuran el mercado de la economía colaborativa para ver que, con notoriedad, en cuanto a los ingresos, el sector Transporte y el Inmobiliario son los grandes protagonistas y artífices de estos números, suponiendo un 46% y 32% del volumen total respectivamente.

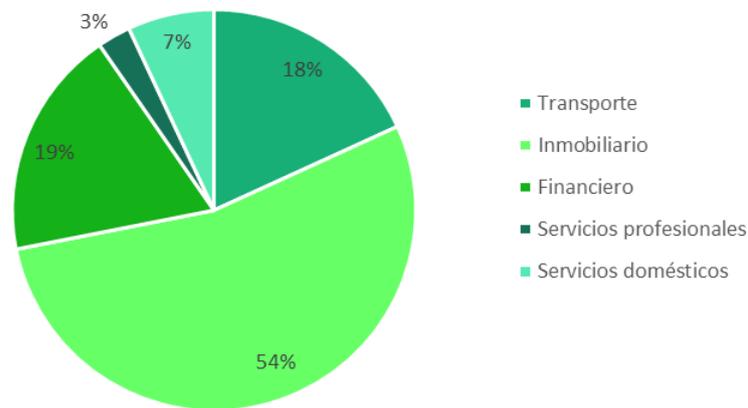
Gráfico 2. Volumen de ingresos de las plataformas colaborativas en UE (2015)



Fuente: Datos PWC. Elaboración propia.

Encontramos diferencias, sin embargo, en cuanto a las transacciones realizadas a lo largo de 2015, donde el sector que se alza con el mayor peso es el Inmobiliario, que ostenta más de la mitad del volumen total de transacciones colaborativas (54%), alejándose notablemente del resto.

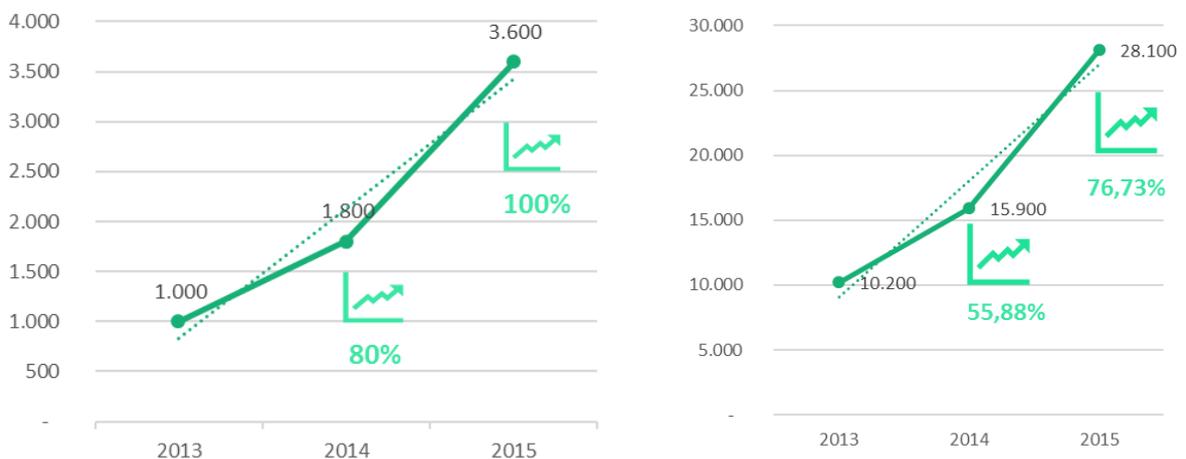
Gráfico 3: Volumen de transacciones de las plataformas colaborativas en UE (2015)



Fuente: Datos PWC. Elaboración propia.

Para entender y contextualizar algo más estas cifras, a continuación, se muestran también las cifras correspondientes a los años 2013 y 2014, con las que queda clara la exponencial evolución de la economía colaborativa a nivel comunitario.

Gráfico 4: Crecimiento de los ingresos y transacciones de las plataformas colaborativas en UE (2015)



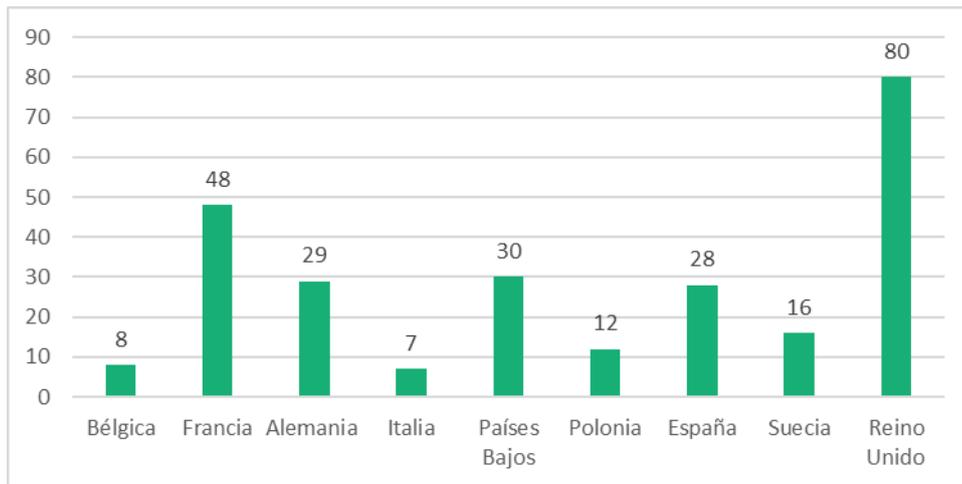
Fuente: Datos PWC. Elaboración Propia

Como puede verse en el Gráfico 4, en lo referente a los ingresos, en el año 2014 se experimentó un crecimiento del 80% con respecto al 2013 para multiplicarse literalmente en el año 2015 con respecto al 2014.

Este crecimiento también se ve reflejado en las transacciones propiciadas por las plataformas colaborativas, donde cada año, el crecimiento lejos de estabilizarse, aumenta: un 55,88% con respecto a 2013 y un 76,73% con respecto a 2014.

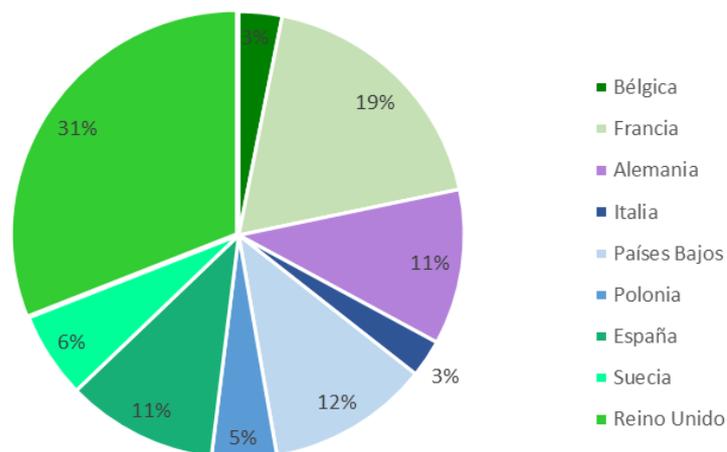
Como contribución a este crecimiento, en el Gráfico 5 y Gráfico 6 se refleja el número de empresas de economía colaborativa que fueron fundadas solo en el año 2015 en distintos países de Europa.

Gráfico 5: Número de empresas fundadas en UE (2015)



Fuente: Datos PWC. Elaboración propia

Gráfico 6: Distribución de plataformas colaborativas fundadas en UE (2015)



Fuente: Datos PWC. Elaboración propia.

Los países que lideran el emprendimiento, al igual que, en consecuencia, toda la materia regulatoria como se explicará posteriormente, en economía colaborativa son Reino Unido (31%) y Francia (19%). España se encuentra en la media con un total de empresas fundadas en 2015 de 28, representando un 11% del emprendimiento europeo.

3.1.2. ESPAÑA

En lo que respecta a España, la situación es complicada. La actual guerra vivida entre los prestadores de servicios tradicionales y los operadores de economía colaborativa pone de manifiesto que la actividad de este mercado existe y tiene una magnitud considerable como para tomarla en cuenta como alternativa y no como amenaza.

Tanto el mercado de la economía colaborativa en general como sus plataformas y multitud de servicios, son cada vez más famosos y reconocidos entre los ciudadanos.

Según los datos del Flash Eurobarometer 438, de marzo de 2016, España se encuentra entre los países de la Unión Europea donde más conocimiento existe de las plataformas colaborativas dado que un 58% de la población ha oído hablar sobre la economía colaborativa y su funcionamiento, superando así la media de los 28 países comunitarios que se encuentra en el 54%.

La confianza de los consumidores y usuarios es reflejada en las tasas de participación tanto a nivel general como en cada uno de sus sectores. El 19% de los españoles afirma haber participado en alguna de las formas de la economía colaborativa, estando de nuevo por encima de la media europea que se encuentra en un 17% e incluso de países como Reino Unido o Países Bajos que gozan de una mayor flexibilidad y regulación.

Actualmente, en 2017, existe un total de 458 empresas de economía colaborativa ofreciendo servicios. En la Tabla 3 puede verse la cantidad que refleja cada sector, destacando la economía bajo demanda, referida a los servicios prestados por prestadores que se clasifican como profesionales y el turismo como filón del sector inmobiliario, que recordemos, es el que mayor cantidad de transacciones presenta.

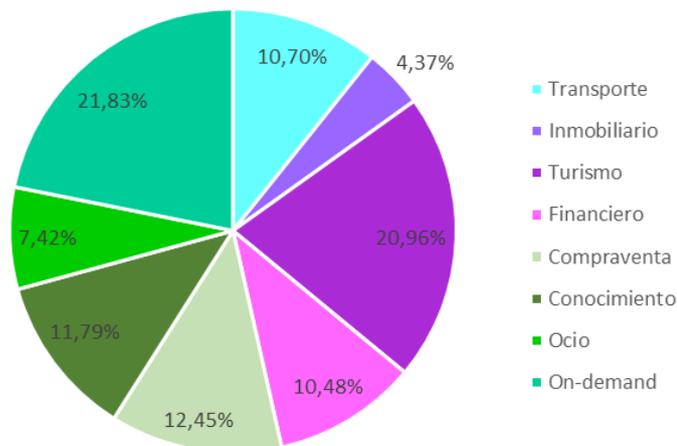
Tabla 3: Proyectos en activo en España (2017)

Sectores	Proyectos activos
Transporte	49
Inmobiliario	20
Turismo	96
Financiero	48
Compraventa	57
Conocimiento	54
Ocio	34
On-demand	100

Fuente: Elaboración propia.

En el Gráfico 7 se muestra físicamente el volumen que ocupa cada sector dentro del mercado español, que presenta variedad en la oferta y demanda.

Gráfico 7: Distribución de los proyectos activos en España (2017)



Fuente: Elaboración propia.

3.2. ANÁLISIS

Con el manejo de datos procedentes del año 2013 en adelante hasta la actualidad, las conclusiones respecto a la economía colaborativa y su marco tanto en la Unión Europea como en España presentan una tendencia clara.

El mercado de la economía colaborativa experimenta crecimiento desde sus inicios. Años después, lejos de estabilizarse, continúa expandiéndose en distintos sectores y ha pasado de ser abalado únicamente por Francia y Reino Unido, países pioneros, hasta prácticamente la totalidad de los estados miembros de la comunidad europea.

Sus cifras presentan una fuente de ingresos que la Unión Europea no quiere dejar escapar y por ello promulga entre sus estados miembros una regulación que, en lugar de limitar y poner trabas, ayude a continuar esta expansión cuyo único objetivo es abanderar el Mercado Único Digital, la fuerza de la interacción, colaboración y digitalización y por supuesto, el marco de seguridad que ampare este mercado para proporcionar una mayor variedad de oferta y ventajas a los consumidores.

España favorece el crecimiento de la economía colaborativa, siendo uno de los países en los que más empresas y plataformas se fundan y uno de los países en los que más compañías operan. Este mercado tiene, además, presencia en forma de múltiples sectores que hacen llegar a los ciudadanos una variedad de servicios para solucionar distintos problemas.

La barrera del desconocimiento es también una de las menores de toda la Unión Europea, reflejando que, en España, existen muchos más consumidores de economía colaborativa que en la Unión Europea y existen también más ciudadanos que, aun no participando, conocen su sistema y funcionamiento.

Sin embargo, España, a pesar de ser uno de los estados miembros que se encuentra en cabeza en cuanto a actividad comercial, se encuentra a la cola en cuanto a regulación. La incoherencia de, por ejemplo, registrar un mayor número de empresas y de transacciones que Alemania, pero contener un marco regulatorio infinitamente menor y debilitado que el de Alemania.

Sin duda, un país con una media comercial de economía colaborativa por encima de la media europea no puede encontrarse a la cola comunitaria. Deben acogerse las directivas y promulgaciones europeas y dotar de claridad y seguridad al mercado colaborativo, de forma que el crecimiento ya experimentado en la inestabilidad de la incertidumbre actual podría multiplicarse exponencialmente al regularse para conseguir competencia con los sectores más tradicionales.

4. RÉGIMEN DE COBERTURA LEGAL

4.1. SITUACIÓN EUROPEA

Desde el año 2013, las distintas instituciones europeas han mostrado interés por lo relativo a la economía colaborativa, sin embargo, hasta hoy, sus actuaciones no son más que propuestas para que los estados miembros las acojan y apliquen en función de sus normativas nacionales, lo que en ocasiones es imposible y presenta incongruencias.

El resultado de estas propuestas comunitarias, que permiten la libre interpretación y aplicación de los estados miembros, es una gran diferenciación entre los países de la Unión Europea, incluyendo incluso diferenciación local dentro de los estados, lo que desemboca irremediabilmente en la fragmentación del Mercado Único Digital¹³ y sus normativas, objetivo que la Unión Europea lleva persiguiendo y reglamentando desde La Estrategia Europa 2020¹⁴.

Dentro de lo más significativo del marco regulatorio de la economía colaborativa encontramos los efectos que las directivas sobre comercio electrónico, competencia desleal en las prácticas comerciales, servicios en el mercado interior, derechos del consumidor y cualificación profesional están teniendo. En ellas, es donde podemos encontrar la guía actual seguida por los estados miembros para delimitar la economía colaborativa, evitando que se convierta en economía sumergida.

No obstante, estas directivas no resuelven, sino enfatizan, la problemática de este sector, sin responder si las plataformas digitales actúan como prestadores de servicios de la sociedad de la información o como intermediarios¹⁵, a partir de qué niveles comenzamos a considerar una plataforma como un prestador profesional u ocasional¹⁶, cómo distinguir el grado de subordinación de los trabajadores a la plataforma¹⁷ o quién asume la responsabilidad ante errores y problemas¹⁸.

¹³ Artículo 4, apartado 2, letra a), y artículos 26, 27, 114 y 115 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE).

¹⁴ Comunicación de la Comisión denominada «Europa 2020: Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador» [COM(2010) 2020 final de 3.3.2010].

¹⁵ Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa al comercio electrónico en el mercado interior.

¹⁶ Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior.

¹⁷ Directiva 2005/36/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 7 de septiembre de 2005, relativa a la cualificación profesional.

¹⁸ Directiva 2011/83/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, relativa a los derechos del consumidor.

De esta forma, se deja a las autoridades estatales que decidan en función de sus normativas y situación nacional, lo que perjudica el crecimiento de la economía colaborativa al segregar y limitar las condiciones necesarias para operar de una forma tan dispar.

Conscientes de esta incertidumbre, además de las propuestas generales referentes a la economía colaborativa, también es importante destacar las propuestas legislativas que trabajan para la consecución del ansiado Mercado Único Digital, como son las relativas al bloqueo geográfico y otras formas de discriminación¹⁹, la portabilidad transfronteriza de los servicios online²⁰, la modificación de la protección de los consumidores²¹, los contratos de compraventa online²² y los contratos de suministro de contenidos digitales²³ para tratar de encarrilar el correcto desarrollo de la economía digital.

Los distintos países que conforman la Unión Europea se encuentran, en su mayoría, a la espera de revisiones, adaptaciones o a la aparición de una nueva directiva que parece no llegar, que aclare y que cumpla con esas propuestas institucionales de claridad, transparencia y, sobre todo, unificación en un marco regulatorio.

En la Tabla 4, se encuentran recogidas todas las acciones que las instituciones comunitarias han llevado a cabo a lo largo de 2016, año en el que ocurrieron los últimos movimientos oficiales, sin muchos cambios desde su inicio.

¹⁹ Propuesta de Reglamento sobre las medidas contra el bloqueo geográfico y otras formas de discriminación por razón de la nacionalidad o del lugar de residencia o de establecimiento de los clientes en el mercado interior por el que se modifican el Reglamento (CE) n.º 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE (COM (2016) 289 final, Bruselas 25.5.2016).

²⁰ Propuesta de Reglamento por el que se garantiza la portabilidad transfronteriza de los servicios de contenidos en línea en el mercado interior (COM (2015) 627 final, Bruselas 9.12.2015).

²¹ Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo por el que se modifica el Reglamento (CE) n.º 2006/2004 sobre la cooperación entre las autoridades nacionales encargadas de la aplicación de la legislación en materia de protección de los consumidores (COM (2010) 791 final, Bruselas 3.1.2011).

²² Propuesta de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a determinados aspectos de los contratos de compraventa en línea y otras ventas a distancia de bienes (COM (2015) 635 final, Bruselas 9.12.2015).

²³ Propuesta de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a determinados aspectos de los contratos de suministro de contenidos digitales (COM (2015) 634 final, Bruselas 9.12.2015).

Tabla 4: Actuaciones de las Instituciones europeas sobre EC a lo largo de 2016

Institución	Fecha	Documento	Propuestas
Comisión Europea	2 de junio de 2016	Agenda	<ul style="list-style-type: none"> Distinción entre plataformas profesionales y no profesionales No sujeción de las plataformas a autorizaciones/licencias en caso de actuar como intermediarios Establecimiento de umbrales para la distinción de trabajo asiduo/ocasional Regímenes de responsabilidad de las plataformas Protección de los usuarios contra las prácticas comerciales desleales Distinción entre trabajadores por cuenta propia/ajena Impuesto sobre el ingreso personal Impuesto sobre el ingreso corporativo Impuesto sobre el Valor Añadido Simplificación y aclaración de las normas fiscales Cooperación de las plataformas con las autoridades nacionales
Comité de Empleo y Asuntos Sociales del Parlamento Europeo	8 de diciembre de 2016	Opinión	<ul style="list-style-type: none"> Distinción entre plataformas profesionales y no profesionales Reconocimiento de las actividades de las plataformas en la economía como trabajo Seguridad Social adecuada para los trabajadores autónomos Directiva marco sobre las condiciones de trabajo Datos más fiables sobre las condiciones de trabajo Transparencia y obligaciones de información fiscal
Comité de Mercado Interior y Protección de los Consumidores del Parlamento Europeo	22 de diciembre de 2016	Informe	<ul style="list-style-type: none"> Entorno jurídico dinámico y claro Evitar importantes diferencias entre los Estados Miembros del Mercado Único Clarificar el régimen de responsabilidad de las plataformas Potenciar las capacidades de autogobierno de las plataformas Delimitar la privacidad frente al Big Data Igualdad de condiciones en materia de competencia Cumplimiento de la recaudación de impuestos Evitar el Dumping Social*
Comité Económico y Social Europeo	15 de diciembre de 2016	Opinión	<ul style="list-style-type: none"> Adaptar los enfoques regulatorios a las distintas formas de EC Metodología específica para regular Crear una Agencia de Calificación Europea Independiente para plataformas digitales Estructura horizontal permanente Vinculación de EC e interés común Marco jurídico claro y transparente
Comité Europeo de las Regiones	7 de diciembre de 2016	Opinión	<ul style="list-style-type: none"> Marco jurídico claro Revisión de la definición de prestador de servicios Aplicación de las tasas turísticas Establecimiento de un Foro de ciudades de economía colaborativa

Fuente: European Commission. Elaboración propia.

4.2. DERECHO COMPARADO

Haciendo referencia a la diferenciación entre países provocada por la falta de unidad y claridad en los dictámenes europeos, podemos encontrar distintos niveles de aceptación y desarrollo de la economía colaborativa.

Si se tienen en cuenta las acciones tomadas por los estados miembros de la Unión Europea sobre economía colaborativa y las últimas novedades en regulación y políticas que le afectan, puede establecerse una diferenciación entre aquellos que presentan un concepto de economía colaborativa muy aceptado, otros medianamente aceptado y un último grupo que presenta un desarrollo escaso y en ocasiones nulo de la economía colaborativa.

Es importante añadir, que dicha diferenciación se corresponde únicamente a carácter normativo, independientemente del volumen de negocio que registre el país, que como se verá posteriormente, no concuerda lógicamente en muchos casos.

En la Tabla 5 puede verse la agrupación de los distintos países de los que se tienen datos.

Tabla 5: Clasificación países de la UE en función de su aceptación del concepto de EC

 Escasamente / nulo	 Moderadamente aceptado	 Ampliamente aceptado
República Checa	Alemania	Reino Unido
Dinamarca	Portugal	Francia
Italia	España	Países Bajos
Malta	Suecia	Finlandia
Polonia	Bélgica	Estonia
		Austria

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 6, que se encuentra en la siguiente página, puede verse la variedad de normativas y restricciones acogidas por unos países y otros no, limitando así el despegue del sector en aquellos que han decidido autónomamente imponer más límites.

Tabla 6: Umbrales impuestos por algunos estados miembros

			Italia	Malta	Polonia	República Checa	Dinamarca	Bélgica	España	Reino Unido	Francia	Países Bajos	
Transporte	Autorizaciones / licencias	Beneficios por encima del coste de la gasolina solo para taxistas con licencia											
		La remuneración directa o indirecta necesita autorización											
	Impuestos	Licencias adicionales en función del número de pasajeros y la distancia			X								
		Ingresos mínimos o volumen de negocios anual para el IVA							X				
Alojamiento	Autorizaciones / licencias	Beneficios por encima del coste del viaje sujeros a impuestos			X								
		Frecuencia de la actividad											
		Máximo de propiedades y huéspedes							X	X			X
		Máximo y mínimo número de días							X	X	X		X
		Diferenciación residencia principal/secundaria										X	
		Presencia de huéspedes mientras se alquila la propiedad							X				
		Diferenciación piso/habitación								X			
	Impuestos	Frecuencia de la actividad											
		Mínimo número de días de inactividad entre alquileres	X										
		Proporción de la superficie alquilada						X					
		Ingresos mínimos o volumen de negocios anual para el IVA			X				X		X	X	X
		IVA para servicios adicionales								X			
		Propósito de la actividad y frecuencia											
Servicios profesionales	Autorizaciones / licencias	Diferenciación de tasas en función del número de camas		X									
		Propósito y frecuencia de la actividad									X		
		Volumen de negocios mínimo											
	Impuestos	Miembro del grupo y período mínimo de prácticas											
		Ingresos mínimos o volumen de negocios anual para el IVA											
		Beneficio mínimo para aplicación de impuestos											
		Frecuencia de la actividad											
		Propósito de la actividad											X
		Usuario que se beneficia del servicio											X
		Trabajadores	Cotizaciones obligatorias a la seguridad social por encima de umbrales específicos								X		X
Atribución de autónomo por ingreso superior al salario mínimo									X				

Fuente: European Commission Staff Working Document

4.2.1. PAÍSES CON EL CONCEPTO DE EC ESCASAMENTE ACEPTADO O NULO

Dentro de este grupo encontramos aquellos estados miembros en los que sus gobiernos no han tomado una posición con respecto a la economía colaborativa y, por tanto, no han emitido ningún tipo de guía o criterio a seguir para su desarrollo y funcionamiento interior.

Este estatus se corresponde también con aquellos países en los que todavía están en desarrollo determinados estudios para estimar tanto el tamaño y peso, como el impacto que la economía colaborativa está teniendo en dichos países y aquellos que se encuentran a la espera de las directrices europeas.

En algunos casos como el de Italia o Malta, el gobierno, lejos de tomar medidas para el análisis de este sector emergente, está tomando medidas para su (difícil) contención, como puede ser en Italia, con el cierre de varias plataformas colaborativas de financiación y el exceso de registros exigidos por las autoridades o en Malta, el veto a las empresas de economía colaborativa que vienen de fuera y operan por toda Europa, lo que lleva a clasificar estos países como aquellos que tienen un concepto nulo de la economía colaborativa.

Distinto es el caso de países como Polonia, la República Checa o Dinamarca, donde es el propio gobierno, a través sus respectivos ministerios, el encargado de desarrollar estudios, lo que lleva a clasificar estos países como aquellos que tienen un concepto escaso de la economía colaborativa, con expectativas de crecimiento.

4.2.2. PAÍSES CON EL CONCEPTO DE EC MODERADAMENTE ACEPTADO

En este grupo encontramos a aquellos países que ya han tomado una posición con respecto a la economía colaborativa y que han decidido aplicar en una mayor o menor medida, las directivas y recomendaciones que vienen de las distintas instituciones de la Unión Europea, sin haber completado totalmente su ejecución, es decir, en muchos casos se trata de propuestas.

Entre ellos destacan los casos de Portugal, Suecia y Alemania, en los que además de encontrarse apoyo del gobierno e interés por conocer la verdadera dimensión del sector, comienzan a verse intentos de revisión de la legislación vigente de los sectores más problemáticos.

En menor medida se encuentran Bélgica y España, que a pesar de registrar uno de los mayores volúmenes comerciales de la Unión Europea, el sector está sometido a enormes presiones locales y una excesiva regulación que entorpece el ya existente crecimiento, donde las adaptaciones todavía están a la espera.

4.2.3. PAÍSES CON EL CONCEPTO DE EC AMPLIAMENTE ACEPTADO

En cuanto a este último grupo, encontramos aquellos países en los que ya se han experimentado cambios o adaptaciones legislativas respecto a las aplicaciones y operaciones de la economía colaborativa.

Los casos que ejemplifican esta actitud corresponden al Reino Unido, Francia, Países Bajos, Finlandia, Austria o Estonia. Además de registrar importantes cifras de transacciones, presentan adaptaciones legislativas para el correcto funcionamiento de los agentes colaborativos y para la protección de los usuarios.

Cabe destacar que, en estos países, las acusaciones de competencia desleal o peligro para el buen desarrollo económico no tienen cabida, enfatizando las políticas de impuestos, de protección y substracción de barreras.

4.3. SITUACIÓN ESPAÑOLA

Desde el gobierno español y más concretamente, desde el Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital, el ministro Álvaro Nadal²⁴ asegura que la situación de la economía colaborativa en España pasa por esperar una directiva europea, que parece no llegar nunca ya que puede ni estar prevista, o una respuesta de los grupos de trabajo europeos.

Ante el silencio de la Unión Europea y un volumen comercial como el de España, el silencio de su gobierno no puede ser aceptado. Toca distinguir entre competencias estatales y competencias autonómicas y dejar de desoír a las autoridades de competencia estatales y autonómicas que han basado su posición a favor de la economía colaborativa en el Derecho Comunitario y el Derecho de la Competencia.

4.3.1. COMPETENCIAS AUTONÓMICAS

En nuestro país, las normativas materia de Turismo y, por tanto, alojamiento, son competencia autonómica, pero a pesar de ello, ninguna de las 17 leyes autonómicas regula la realidad de nuestros días en materia de economía colaborativa.

²⁴ Declaraciones tomadas de la Sesión Plenaria n.º 14 el 4 de abril de 2017

Dentro de las actuaciones de las autoridades de competencia española referentes a este sector, fuertemente afectado, destacan las encontradas en la Tabla 7 de determinadas autonomías. Pueden encontrarse cronológicamente, incluyendo detalladamente las propuestas de cada documento oficial que se han encontrado más adaptadas.

Tabla 7: Actuaciones de las autoridades autonómicas de competencia

Fecha	Autoridad	Comunicaciones	Objetivos
22 de junio de 2011	Autoritat Catalana de la Competència	Propuesta de modificación de la ley 13/2002 de 21 de junio, de turismo de Cataluña que contiene el Anteproyecto de ley de simplificación, de agilidad y reestructuración administrativa y de promoción de la actividad económica.	Disminución de las cargas administrativas para los sujetos que integran el sector turístico Régimen jurídico aplicable a las empresas turísticas (incluidas las de mediación) Inclusión de las viviendas de uso turístico en el concepto de empresa turística de alojamiento Cambios en los requisitos exigidos a los operadores de mediación
5 de febrero de 2013	Consejo Gallego de la Competencia	Informe Función Consultiva FC1/2013: observaciones desde el punto de vista de la competencia al anteproyecto de ley de garantía de la unidad de mercado	Hacer efectivo el principio de unidad de mercado Poner fin a la fragmentación del mercado nacional Supresión de barreras a la libre prestación de servicios en territorio nacional
23 de junio de 2015	Autoridad Vasca de la Competencia	Informe del Anteproyecto de Ley de Turismo de Euskadi	Determinación viviendas para uso turístico Determinación alojamiento en habitaciones de viviendas particulares de uso turístico Principio de unidad de explotación Compatibilidad de explotación conjunta Competencia desleal, oferta ilegal, intrusismo profesional
14 de septiembre de 2016	Autoritat Catalana de la Competència	Proyecto de Decreto de reglamento de turismo de Cataluña	Evitar restricciones innecesarias o desproporcionadas Diferenciación vivienda uso turístico/cedido por habitaciones Los intermediarios no están sujetos a inscripción Mismo régimen de autorización para las viviendas de uso turístico y resto de alojamientos Requisitos mínimos en función del tipo de alojamiento turístico Régimen de autorización administrativa solo con carácter excepcional, justificado y motivado
23 de noviembre de 2016	Autoritat Catalana de la Competència	Decreto de determinación de las condiciones específicas de contratación y comercialización de servicios de taxi y el régimen jurídico de la actividad de mediación	Cuestiona la no aplicación de la Directiva Protección de los usuarios Incremento de contratación de servicios de taxi a través de empresas de mediación Régimen de intervención administrativa para el desarrollo de la actividad de mediación en los servicios de taxi Regulaciones excesivas y desproporcionadas desde el punto de vista de la competencia

Fuente: Elaboración propia.

4.3.2. COMPETENCIAS ESTATALES

A nivel estatal, el sector del alojamiento colaborativo en nuestro país, presenta que, para el volumen de negocio registrado (20,96% de los proyectos activos), uno de los más altos de la Unión Europea gracias al beneficio de ser uno de los destinos favoritos de vacaciones internacionalmente, se requiere una acción firme que unifique el mercado a nivel nacional y que adapte la ya realidad de los servicios de alojamientos vacacionales para estancias cortas o compartidas, donde la aplicación del Decreto n.º 75/2005, de 24 de junio, por el que se regulan los apartamentos turísticos y alojamientos vacacionales, no satisface al implantarse cuando en España no se desarrollaba la actividad desarrollada hoy.

En lo relativo al sector Transporte, otro de los sectores más afectados y controvertidos, únicamente nos encontramos con la legislación general sobre Transportes Terrestres²⁵, donde se incluyen regulaciones sobre concesiones y arrendamientos de vehículos con conductor y la legislación específica en relación con el sector del taxi²⁶.

A la luz de esta normativa, extensa y excesiva, fácilmente se ve la problemática de la incoherencia de aplicarla a una realidad y unos hechos que no se asemejan. La ausencia de especificaciones respecto a licencias y concesiones está provocando que el sector del transporte de la economía colaborativa levante la visión de amenaza y competencia desleal.

A pesar de contar con las regulaciones generales de los servicios de la sociedad de la información²⁷ y las específica de dinero electrónico²⁸, el único caso que destaca por su claridad, dimensión y contenido es la normativa aplicable al Crowdfunding, con la Ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial que destina su Título V al Régimen jurídico de las plataformas de financiación participativa. Esto se detallará en el capítulo siguiente.

Con todo esto, si la situación europea está marcada por la fragmentación de los estados miembros y sus diferencias, la situación española está marcada por la pasividad e inactividad que no consigue frenar las transacciones de este mercado, pero sí sus resultados, al verse envueltas en juicios de no legitimidad.

²⁵ Ley 16/1987, de 30 de junio, de ordenación de los Transportes Terrestres.

²⁶ Real Decreto 763/1979, de 16 de marzo, por el que se aprueba el Reglamento Nacional de los servicios urbanos e interurbanos de transportes con automóviles ligeros.

²⁷ Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de Sociedad de la Información y Comercio Electrónico.

²⁸ Ley 21/2011, de 26 de julio, de dinero electrónico.

5. PROBLEMAS DERIVADOS DE LAS PRINCIPALES LÍNEAS DE REGULACIÓN Y PROTECCIÓN

5.1. CASO BLABLACAR

Los enfrentamientos entre los operadores tradicionales y las plataformas colaborativas se encuentran a la orden del día debido al auge de estos nuevos modelos de negocio. Su incierta, por no decir nula, regulación, provoca para unos, lagunas legales, para otros, amenazas desleales.

El problema al que nos enfrentamos no es que haya tenido que haber una sentencia del Juzgado de lo Mercantil²⁹ este marzo para estimar que Blablacar no es competencia desleal, el problema es que los operadores tradicionales del mercado quieran ver competencia desleal donde solo hay competencia. La competencia molesta, pero no por ello es desleal.

Cuando los problemas superan la realidad, es cuando el Derecho tiene que responder. Al igual que esta última sentencia borra toda incertidumbre y sospecha acerca de la legalidad de esta plataforma colaborativa, ya se ha vuelto más que necesario una regulación actualizada y clara, que permita su aplicación y conocimiento de los agentes del mercado.

En este caso, Blablacar es demandada por incumplir la Ley de Ordenación del Transporte Terrestre, explicada en el capítulo anterior. Esta demanda es desestimada en base a:

- La plataforma no actúa como prestadora del servicio, actúa como intermediario que pone en contacto a particulares que quieren realizar un viaje y compartir gastos.
- Los prestadores del servicio, los conductores, no están contratados por Blablacar. Son personas que por cuenta propia se ofrecen en la plataforma y buscan a otras, por lo que este servicio se centra en el ámbito del transporte privado, donde no tiene aplicación el ámbito de la Ley anterior.
- La plataforma no fija el precio del servicio. Aporta unos márgenes a modo de guía que pueden ser seguidos por los usuarios o no.

²⁹ Juzgado de lo Mercantil n.º 2 Madrid, Sentencia 30/2017, 2 Feb. Procedimiento 343/2015.

- El control de los datos facilitados en la plataforma solo tiene el fin de almacenamiento para quien los use. No se encuentra el fin de evaluar la idoneidad del perfil de la persona para contactar con otro usuario porque no existe ningún tipo de relación laboral.
- La facilitación de medios de pago por parte de la plataforma no la convierte en la beneficiaria de la prestación. El importe es trasladado entre los usuarios al verificar que el servicio ha sido realizado correctamente.

Consecuentemente, queda especificado que la plataforma presta el servicio de la sociedad de la información, por lo que las acusaciones de competencia desleal quedan invalidadas.

5.2. CASO AIRBNB

El sector inmobiliario no se escapa de protagonizar más enfrentamientos como los del caso anterior. En este sector, el mejor precedente es el recurso contencioso-administrativo interpuesto por Airbnb que anula la sanción impuesta por la Generalitat³⁰.

Tras dos años de recursos desde que la Dirección General de Turismo de la Generalitat de Cataluña demandara a la plataforma Airbnb por prestar servicios turísticos sin contar con la habilitación correspondiente, el pasado noviembre fue desestimada en base a:

- La plataforma no actúa como prestadora del servicio, actúa como intermediario dado que la gestión de las reservas, la fijación de precios y especificaciones concretas del uso de las viviendas alquiladas se establece por sus titulares.
- La plataforma no es la beneficiaria del servicio, únicamente cobra una comisión por ofrecer un espacio abierto digital de comunicación, por lo que no corresponde el ámbito de la Ley de Turismo de Cataluña.

Consecuentemente, queda especificado de nuevo, también en este caso y sector, que la plataforma presta el servicio de la sociedad de la información, al no poseer ninguno de los bienes ni fijar precios y condiciones, por lo que las acusaciones de competencia desleal y las multas correspondientes, quedan invalidadas.

³⁰ Juzgado de lo Contencioso-Administrativo n.º 11 de Barcelona. Sentencia con fecha de 29 de noviembre de 2016.

6. CROWDFUNDING

Retomando lo explicado en el capítulo 1 sobre el sector financiero de la economía colaborativa, a lo largo de este capítulo se realizará un análisis del método de financiación participativa *Crowdfunding* a través del funcionamiento de su mercado, el impacto económico que esta realidad tiene y la normativa que ampara su correcto funcionamiento.

6.1. CÓMO FUNCIONA

La aparición de mecanismos de financiación alternativos que responden a la necesidad de financiación de las pymes y empresas recién nacidas, incapaces de satisfacer los exigentes requisitos de un mercado financiero herido por la crisis, no satisface solo ese nicho del mercado, sino que contribuye a la diversificación de fuentes de financiación defendida por la Unión Europea con el objetivo de consolidar el sistema económico de manera sólida, estable y flexible. De esta forma, el crowdfunding personifica esa vía de diversificación, alcanzando la financiación de proyectos a operadores de todo tipo y con un marco que no deja lugar a dudas sobre lo que es, como se hace y quién lo hace.

El mercado del crowdfunding funciona gracias a las plataformas de financiación participativa, que podemos definir siguiendo las palabras de Zunzunegui (2015) como “sistemas de contratación electrónica de valores y préstamos, siendo su único objeto la financiación, ya que permite poner en contacto uno con varios, es decir, al promotor con varios inversores, proporcionando la financiación a través de Internet”.

6.1.1. ACCESO AL MERCADO

Para que esto sea posible, dichas plataformas, deben cumplir una serie de requisitos, tanto para su inscripción en el registro que habilita su actividad, como para su permanencia como intermediario.

En cuanto a los requisitos jurídicos³¹ referentes a permitir su inscripción en el registro público de la Comisión Nacional del Mercado de Valores y consecuentemente, su autorización para ejercer la actividad encontramos requisitos de carácter societario.

³¹ Requisitos detallados en el art. 55 Ley 5/2015 de Fomento de Financiación Empresarial.

Entre ellos encontramos aquellos referentes a la tenencia del capital social desembolsado al completo (mínimo 60.000€), el objeto social exclusivo de las actividades de estas plataformas, estar constituida como sociedad de capital y demás provisiones de reglamento de conducta, mecanismos para el caso de cese de la actividad, buen control interno y administradores capacitados.

Respecto a los requisitos indispensables para su continuo ejercicio de la actividad, nos encontramos con requisitos de naturaleza financiera³² como el mantenimiento de un capital social desembolsado íntegramente de al menos 60.000€, un seguro de responsabilidad civil profesional (aval u otra garantía) de al menos 300.000€ para reclamaciones por daños y 400.000€ para todas las reclamaciones.

Resulta también decisivo, el requisito una combinación de los anteriores que dé lugar a una cobertura equivalente a las especificadas anteriormente, aunque éstas no se cumplan por separado.

6.1.2. MODELOS

En España, los únicos modelos de negocio regulados y, por tanto, desarrollados dentro de lo establecido de forma correcta, son los modelos de *equity crowdfunding* y *crowdlending*.

Esto quiere decir, que los únicos modelos regulados son aquellos que ofrecen a cambio un rendimiento económico, véase, el derecho a participar en los beneficios de la empresa en el primer caso, o el derecho a obtener acciones o participaciones de la sociedad promotora.

6.1.3. AGENTES

En los modelos de financiación participativa intervienen tres agentes con funciones, derechos y responsabilidades diferentes:

- Inversores. Aquellos usuarios que invierten su dinero en un proyecto determinado y que, a cambio de ello, recibirán una compensación variable en función del tipo de modelo de negocio que corresponda (beneficios o participaciones).
- Promotores. Aquellos usuarios creadores de un proyecto y solicitantes de financiación a través de la plataforma colaborativa.

³² Requisitos detallados en el art. 56 de la Ley 5/2015 de Fomento de la Financiación Empresarial.

- Plataforma participativa. Intermediario, prestador de un servicio de la sociedad de la información, al permitir la conexión entre los promotores de un proyecto y los inversores que deciden voluntariamente tomar parte en él.

6.2. IMPACTO ECONÓMICO

Siguiendo la analogía de lo estudiado en el capítulo 2, en este capítulo se presenta un análisis del impacto económico del crowdfunding en España el pasado 2016.

6.2.1. DATOS ECONÓMICOS

Al igual que ocurría con el mercado de la economía colaborativa en general, la realidad y peso del crowdfunding son también innegables.

No cabe duda de que el crowdfunding constituye una fuerza de financiación, cuyas cifras absolutas del año 2016 pueden verse en la Tabla 8, con el respectivo crecimiento que han protagonizado cada una de las categorías.

Cabe destacar que, los fondos de equity-crowdfunding, más que duplicados en el último año y las donaciones que, a pesar no estar dentro del ámbito de aplicación de la legislación española de crowdfunding, se encuentran perfectamente reguladas al aplicársele el Código Civil en materia de donaciones, por lo que sus fondos también prácticamente duplicados, suponen del mismo modo, un gran empujón para la consolidación de esta vía de financiación.

Tabla 8: Aumento de los fondos conseguidos mediante Crowdfunding

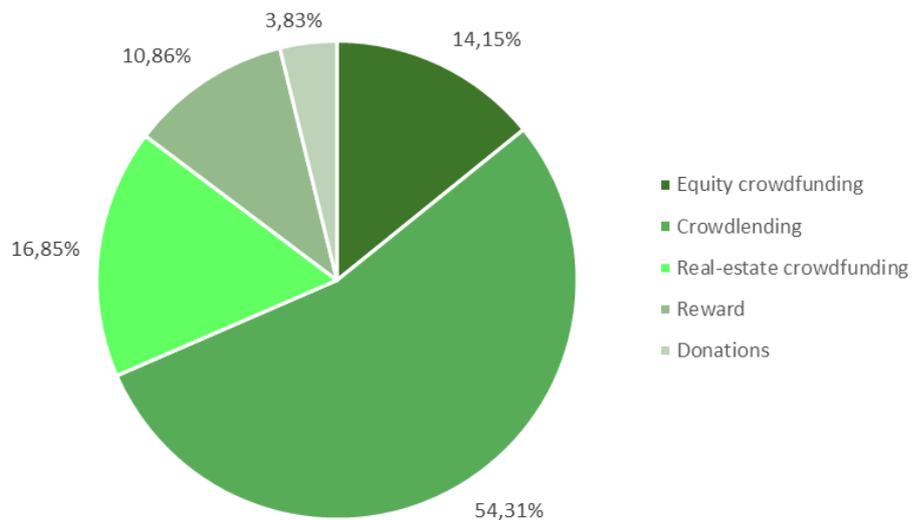
	2015	2016	Crecimiento
Equity crowdfunding	6.018.964 €	16.078.958 €	167,14%
Crowdlending	32.792.040 €	61.689.491 €	88,12%
Real-estate crowdfunding	-	19.135.951 €	-
Reward	11.441.006 €	12.339.750 €	7,86%
Donations	2.214.098 €	4.348.238 €	96,39%
TOTAL	52.466.108 €	113.592.388 €	116,51%

Fuente: Universo Crowdfunding. Elaboración propia.

Otro de los aspectos observables en esta tabla, hace referencia al gran aumento que se experimenta en los fondos tratados con estos modelos de negocio desde que se produjera su regulación.

En el Gráfico 8, se encuentran en función de los datos anteriores, la distribución de los fondos relativos al sector del crowdfunding por las distintas modalidades.

Gráfico 8: Distribución de los fondos de Crowdfunding

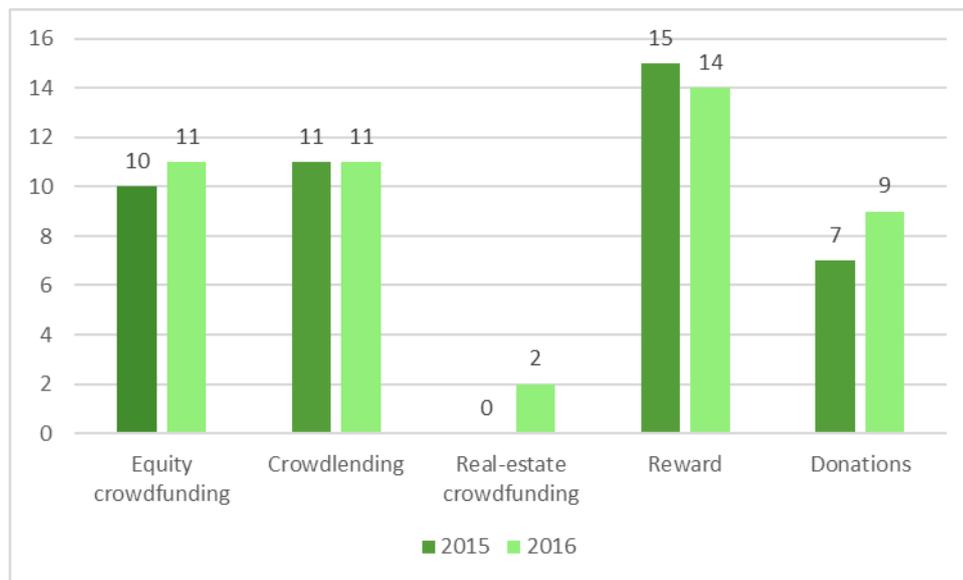


Fuente: Universo Crowdfunding. Elaboración propia.

Uno de los modelos de negocio destaca frente a los demás. El crowdlending se hace con más de la mitad del mercado, seguido por las dos modalidades de equity (equity y real estate).

Lo que hace que resulte interesante la distribución de plataformas activas y evolución desde 2015, donde el modelo de Reward-based crowdfunding acumula el mayor número de ellas.

Gráfico 9: Plataformas activas de Crowdfunding



Fuente: Universo Crowdfunding. Elaboración propia.

6.2.2. ANÁLISIS

La principal conclusión que puede recogerse de los datos económicos del sector del crowdfunding del año 2016, hace referencia al paso de la regulación.

El hecho de la duplicación de los fondos conseguidos gracias a estos modelos de negocio, desde el momento de entrada en vigor de la legislación correspondiente, señala que:

- La regulación ha sido correcta. Sin excesos, sin desproporcionalidad, sin restricciones limitativas.
- El crowdfunding se ha consolidado como alternativa a la financiación comercial tradicional.

Italia es el mejor ejemplo de que el hecho de incluir una regulación no implica la mejora del desarrollo del sector, si lo único que aporta son límites y restricciones en lugar de seguridad y confianza.

6.3. RÉGIMEN DE COBERTURA LEGAL

Al igual que ocurre con la economía colaborativa en general, desde las instituciones europeas se dio el primer paso para el establecimiento de una normativa referente a la financiación participativa, que permitiera el correcto desarrollo de los modelos de negocio financieros en cada estado miembro.

6.3.1. SITUACIÓN EUROPEA

El punto de partida lo encontramos en la Directiva para liberar el potencial de la microfinanciación colectiva en la Unión Europea³³, normativa que resaltaba los problemas que presentaba la realidad de las pymes y su financiación, azotadas por la crisis y con la negativa de los bancos de crédito.

Con la premisa en el año 2014 de más de medio millón de proyectos financiados mediante crowdfunding al año, las instituciones europeas proponen la microfinanciación colectiva como una alternativa eficaz y necesaria no solo para pymes y demás empresas ya constituidas, sino también como vía al crecimiento empresarial de emprendedores y startups.

Aun así, toda novedad presenta sus problemas de implantación y poco tardaron en aparecer problemas decisivos a la hora de su aplicación, como son la falta de sensibilización y conocimientos, los retos que supone la problemática de los derechos de propiedad intelectual, el fraude y la protección de los consumidores, o la inseguridad jurídica y los excesivos y rígidos requisitos reglamentarios.

Además de esta, otras directivas también son aplicadas a la microfinanciación colectiva: para las plataformas que cobran comisiones a los proyectos que consiguen la financiación, la Directiva sobre comercio electrónico³⁴, la Directiva sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa³⁵, la Directiva sobre prácticas comerciales desleales³⁶

³³ Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a liberar el potencial de la microfinanciación colectiva en la UE (COM (2014) 172 final, Bruselas 27.3.2014).

³⁴ Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa al comercio electrónico en el mercado interior.

³⁵ Directiva 2006/114/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa.

y la Directiva sobre cláusulas contractuales abusivas³⁷ para proteger a los consumidores de las prácticas agresivas.

En lo referente a materia de donativos y donaciones, recompensas y preventas, se preserva la normativa nacional.

Con este marco legal, la falta de transparencia de las normas aplicables enfatiza, de nuevo, la desigualdad entre las normas contra el blanqueo de capitales, ya que en función de dónde se sitúe el proveedor del servicio de pago, existen distintos umbrales para el control del flujo de fondos, umbrales que deberían presentar uniformidad entre los estados miembros para el correcto desarrollo de estas medidas.

Reseñar también, la nula protección de los derechos de propiedad intelectual para los creadores, que constituye otro de los problemas de la normativa europea. El miedo entre los promotores a la divulgación de sus ideas actúa como barrera en muchas ocasiones, al ser dicha divulgación inevitable para conseguir captar la atención y el interés de los contribuidores.

6.3.2. SITUACIÓN ESPAÑOLA

Al año siguiente del lanzamiento del marco regulatorio europeo, España respondió con la Ley 5/2015, de 27 de abril, de Fomento de la Financiación Empresarial, la cual podemos considerar como la única actuación clara y real de nuestro país con respecto a la regulación de la economía colaborativa.

En ella, se especifica manifiestamente:

- Qué es considerado por ley plataforma de financiación participativa y qué no, donde resulta importante la clara definición en materia de donaciones³⁸, inexistente en el marco comunitario.
- Cuál es el ámbito de actuación territorial, limitado a compañías que operen en territorio nacional.
- Cuáles son los servicios principales. Admisión de proyectos, lo que incluye la recepción, selección y publicación.

³⁶ Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, que modifica la Directiva 84/450/CEE del Consejo, las Directivas 97/7/CE, 98/27/CE y 2002/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y el Reglamento (CE) n.º 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo.

³⁷ Directiva 93/13/CEE del Consejo, de 5 de abril de 1993, sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores.

³⁸ Como se explica en la situación europea, la materia de donaciones es preservada a nivel nacional.

- Cuáles son los servicios auxiliares. Contratación participativa, lo que incluye el desarrollo, establecimiento y explotación de canales de comunicación para facilitar que se cumpla la financiación entre los usuarios.
- Prohibiciones. Las plataformas de financiación colaborativa tienen completamente prohibido la prestación de servicios que estén siendo prestados por las entidades de crédito, ayudando así a la relación de competencia entre los Bancos y estas plataformas.
- Autorización. Obligación de inscripción en un Registro de plataformas público de la Comisión Nacional del Mercado de Valores además de Registro Público.
- Principios básicos: neutralidad, transparencia, diligencia, todo ello representado en la aportación de la misma información a las partes intervinientes.
- Órgano de control. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia queda capacitada por ley a la inspección, supervisión y sanción para el correcto desarrollo de la financiación colaborativa.

Si se compara la situación española con la de otros países de la Unión Europea, vemos que únicamente existen tres estados miembros que se adelantaron a España a la hora de regular la situación del crowdfunding.

Tabla 9: Regulaciones estados miembros

País	Fecha	Regulación
Italia	26 de junio de 2013	Equity Crowdfunding por la Commissione Nazionale per le Società e la Borsa
Reino Unido	1 de abril de 2014	Crowdfunding por la Financial Conduct Authority
Francia	30 de mayo de 2014	Crowdfunding por ORIAS

Fuente: Comisión Europea. Elaboración propia.

El Reino Unido, país abanderado del crowdfunding por excelencia, constituye uno de los mejores reglamentos y mercados a nivel mundial, con una legislación que no se limita a unas cuantas modalidades del crowdfunding, sino que las abarca todas.

Francia, posicionado también por delante de España, cuenta con una regulación muy específica en este sector, en términos de registros y autorizaciones, al igual que en los otros, al tratarse de uno de los países cuna de la economía colaborativa.

Italia, sin embargo, a pesar de ser el primer estado miembro que se lanzó a la regulación del crowdfunding, esta ha resultado desproporcionada y excesiva, limitando mucho el crecimiento de la financiación participativa y bloqueando la actividad de muchas de las plataformas.

En este caso, España acondiciona el escenario para que las plataformas, los contribuyentes, los creadores y el sector financiero nacional en general, puedan convivir y cooperar sin situaciones de amenaza y competencia desleal como ocurre en otros sectores afectados por el crecimiento de la economía colaborativa.

7. EJEMPLO PRÁCTICO DE CÓMO ESTAS NUEVAS FÓRMULAS PUEDEN AFECTAR A REALIDADES: FINANCIACIÓN DE PARTIDOS POLÍTICOS MEDIANTE LA FÓRMULA DEL CROWDFUNDING

Ya desde el año 2014 podemos encontrar en España, acciones de crowdfunding en el campo de los partidos políticos. Todo hace indicar que, al tratarse de órganos de gobierno, si estos mismos recurren a esta herramienta, será porque se conoce amplia y claramente su metodología, requisitos y normativa.

Pero la verdad es que, a la hora de intentar decidir que ámbito de aplicación tiene el modelo de negocio del crowdfunding en el caso concreto de financiar partidos políticos, se vuelven a presentar todos los interrogantes que han ido apareciendo a lo largo del presente trabajo.

De nuevo, las dudas acerca de la idoneidad, funcionamiento, incluso, legalidad de esta herramienta de financiación alternativa saltan al primer plano sin, de nuevo también, recibir una respuesta que las resuelva, por parte de los organismos que se ocupan de ello.

Si en el Capítulo 4 se hizo un recorrido por las modalidades de crowdfunding amplia y claramente reconocidas y delimitadas en nuestro país, en este capítulo se aborda el crowdfunding basado en donaciones que, aun siendo perfectamente legal, no se encuentra regulado para su correcto desarrollo en las leyes españolas, produciendo así, en lugar de su desconocimiento, una realidad que nos supera, al no poder negar su aplicabilidad y resultados.

7.1. CÓMO FUNCIONA

Para dar corporeidad al desarrollo de este capítulo, se estudiará desde el caso concreto de la financiación de las elecciones primarias del PSOE, que se han desarrollado a lo largo de este mes de marzo, en el dos de sus tres participantes optaron por este modelo de negocio, puesto en tela de juicio uno de los mismos.

Dicho modelo, consistió en la creación de una asociación, que posteriormente se convirtió en administradora de la plataforma de crowdfunding creada también especialmente para este fin, porque según sus promotores, no existía en nuestro país, ninguna plataforma adecuada a un proyecto de carácter político.

En dicha plataforma se adjuntó una presupuestación detallada con la asignación monetaria correspondiente a cada proyecto, por ejemplo, encuentros con militantes, alquiler de espacios, desplazamientos o alimentación.

También aparece, como es necesario en todo modelo de crowdfunding, la cuantía total que se deseaba obtener y el periodo de tiempo en el que debería hacerse. De esta forma, todo se presentaba correcto para su adecuada fiscalización por parte de Hacienda.

Durante los 17 días que estuvo activa la plataforma, se consiguieron un total de 82.800€ gracias a más de 2.000 donaciones, cantidad superior a la requerida y conocida, al proporcionarse todos los datos correspondientes como pueden verse en la Tabla 10.

Tabla 10: Datos crowdfunding Bancal de Rosas, marzo 2017

Cuantía	Donaciones	TOTAL	Recaudación	TOTAL
10-20€	1252	60,11%	19.450 €	23,49%
21-50€	536	25,73%	25.520 €	30,82%
51-100€	228	10,95%	21.870 €	26,41%
101-300€	63	3,02%	13.820 €	16,69%
301-600€	4	0,19%	2.140 €	2,58%
	2083		82.800 €	

Fuente: Pedro Sánchez. Elaboración propia.

Es importante recordad al lector, que resulta muy importante tanto la presupuestación presentada en la plataforma como la presentación de los datos obtenidos una vez finalizado el proyecto, cumpliendo así, con lo esperado y estipulado para este modelo de financiación participativa.

Finalmente, la plataforma y por tanto el proyecto tuvieron que ser suspendidos en favor de unos criterios que serán presentados y discutidos en el punto siguiente, y sustituidos por una cuenta que tenía como cotitulares, tanto al partido como al candidato, obteniéndose así el mismo método para los tres candidatos con la finalidad de elección por parte de los militantes.

7.2. RÉGIMEN DE COBERTURA LEGAL

En materia de legislación, encontramos dos referentes a los que acudir para determinar si el uso de esta herramienta se encuentra adecuado y legal:

- Ley de Fomento de la Financiación Empresarial³⁹
- Ley de Financiación de Partidos Políticos⁴⁰

³⁹ Misma Ley referida en el Capítulo 4.

⁴⁰ Ley 3/2015, de 30 de marzo, de control de la actividad económico-financiera de los Partidos Políticos, por la que se modifican la Ley Orgánica 8/2007, de 4 de julio, sobre financiación de los Partidos Políticos, la Ley Orgánica 6/2002, de 27 de junio, de Partidos Políticos y la Ley Orgánica 2/1982, de 12 de mayo, del Tribunal de Cuentas.

Pero, la realidad es que en ninguna de las dos legislaciones podemos encontrar una respuesta a esto debido a que ninguna se sitúa en el marco regulatorio de aplicación a este caso.

En lo referente a la Ley de Fomento de la Financiación Empresarial, los únicos tipos de crowdfunding regulados corresponden a los modelos de equity-crowdfunding y de crowdlending. Esto supone que la materia de donaciones, como fue explicado en el capítulo anterior, queda fuera de esta regulación, por lo que no encontraremos en ella, fundamentos ni razones para demostrar si su aplicación a la financiación de partidos políticos cumple con la normativa.

En la otra cara, la Ley de Financiación de Partidos Políticos nos proporciona criterios que se corresponden con esta herramienta, sin reconocerla explícitamente como alternativa, pero cumpliendo los requisitos que se establecen. Sin embargo, existen también criterios para apelar a su no legalidad, con lo que nuevamente, la libre interpretación por parte de los ciudadanos de este país toma la última palabra.

Entre lo más destacable y revelador de esta ley, encontramos que:

- Las únicas formas de financiación privada reconocidas son las cuotas de los afiliados, los productos de la actividad propia del partido, las donaciones, tanto en dinero como en especies, y los fondos de créditos o herencias que se reciban.

Según esto, el modelo de crowdfunding basado en donaciones entraría dentro del marco.

- Las cantidades donadas, únicamente pueden ser abonadas en cuentas del partido en entidades de crédito.

Con esto se limita el uso de las asociaciones y fundaciones de los partidos políticos, usadas en algunos conocidos casos, como herramientas para el blanqueo o desvío de fondos.

- En el caso de recibir las donaciones en otra cuenta que no sea la del partido político, se habilita un plazo de 3 meses para que sean traspasadas a dicha cuenta.

En la mayoría de casos de crowdfunding político, los promotores de los proyectos corresponden a asociaciones creadas para cumplirlos y conseguir la financiación correspondiente mediante las plataformas participativas.

Con esta especificación, se abre lo que algunos llaman, vacío legal, para permitir que las campañas de crowdfunding y sus fondos recolectados, sean válidos a pesar de incumplir el requisito de haber sido donados directamente a las cuentas de los partidos políticos.

- No se aceptan donaciones anónimas o finalistas.

Las plataformas de crowdfunding, requieren de identificación para todos aquellos que deseen colaborar con la consecución de la financiación, de forma que se cumpliría el requisito de las donaciones nominativas, apelando de nuevo, al principio de transparencia que también puede verse en el criterio de las cuentas de las entidades de crédito.

También se vuelve necesario apuntar, que según el tiempo habilitado para el traspaso del dinero a la cuenta de la que el partido político es titular, es de la misma manera necesario que, junto con el dinero, se traspase la información de cada uno de los contribuyentes.

Aunque dicho supuesto debería ser también caso a estudiar, por la posible vulneración de la Ley de Protección Datos que supondría dicho traspaso de información, por mucho que sea el Tribunal de Cuentas quien la reclame.

Al igual que requieren la identificación de los usuarios que desean contribuir, también se identifican por parte de los promotores, los diferentes presupuestos que se quieren conseguir y su designación a distintas funcionalidades o proyectos. A raíz de esto, no se puede negar que las donaciones recogidas por una campaña de crowdfunding son finalistas, al detallarse en la presentación del proyecto su cometido.

Pero, ¿no corresponde también a una finalidad otorgar a cada candidato una cuenta distinta destinada a la elección y eliminación de otros candidatos por parte de los militantes? ¿Constituyen unas elecciones primarias una *donación al partido* y no una *donación finalista*? ¿Corresponden unas elecciones primarias y su financiación independiente a actividades desarrolladas por la dirección del partido? ¿o únicamente corresponden a actividades desarrolladas por miembros del partido que optan a ello?

7.3. PROBLEMÁTICA DE LA APLICACIÓN

Cuando la realidad supera a la normativa actual es cuando se vuelve necesario una revisión de los problemas que nos atañen y que no tienen solución con los métodos establecidos.

El crowdfunding ya ha sido utilizado en varias ocasiones, en distintos sistemas políticos alrededor del mundo. Conocido por todos es el caso del ex presidente Barack Obama, con el que consiguió la suma de más de 500 millones de dólares, siendo Estados Unidos un gran mercado de referencia de la financiación participativa.

En España, pequeños partidos políticos utilizaron esta herramienta para financiar sus campañas para las elecciones europeas de 2014 y las autonómicas y locales de 2015. Años después, con todos los presupuestos cerrados y todas las fiscalizaciones revisadas y cerradas, nadie ha intentado calcar esos procesos de ilegales.

La autoridad responsable de supervisar los procesos de financiación de los partidos políticos, junto con las Comisiones Gestoras de cada uno de ellos, es el Tribunal de Cuentas. Incluso en este último caso que nos ocupa de marzo de 2017, el Tribunal de Cuentas no ha calificado el crowdfunding de donaciones como ilegal, interpretación distinta a la Gestora del Partido Socialista que fue la encargada de proponer el cierre de la plataforma Bancal de Rosas.

Con esto se deduce que no podemos delegar la concepción de modelos de negocio legales o ilegales a la libre interpretación individual cuando la realidad demuestra que encontramos los efectos y resultados de estas herramientas a la orden del día, tanto en el mercado económico, como en el sector público y político.

Si ya pueden verse los resultados favorables y positivos de algo que todavía no está enmarcado como regulado, por encima de sus detractores, en el momento de la regulación y el cambio de valores que favorezcan el empoderamiento de estas herramientas, proporcionarán innegables beneficios, tanto para el interés común como para el bien económico.

8. CONCLUSIONES

La economía colaborativa no para de extenderse y asentar su ámbito de aplicación más allá de nuestras fronteras. Constituye un sector de la economía con un peso más que innegable al haberse convertido en una alternativa real, conocida y fiable, como el mercado tradicional. Progresivamente, cada vez son más los estados miembros que deciden convertir las propuestas comunitarias en algo más que propuestas, contribuyendo así al crecimiento económico que la Unión Europea defiende para todos sus estados.

En estos términos, entiendo que, la economía colaborativa se presenta como solución alternativa ante diferentes fallos de mercado que se vienen detectando durante los últimos años, de modo que crea nuevos mercados aún no explotados, pero también participa en nichos que hasta la fecha han sido cubiertos por prestadores de servicios tradicionales. Por lo tanto, una regulación más flexible permitiría incrementar las facilidades de acceso al mercado, su productividad y la oferta para el consumidor, reduciendo consecuentemente su precio.

Se aprecia que nos encontramos ante un sector destinado a captar un tipo de consumidor concreto, a ofrecer un tipo de prestaciones diferentes a las prestadas tradicionalmente, por lo que consecuentemente, no hay competencia desleal cuando se tratan de nichos de mercado diferentes.

Si nos fijamos en el sector financiero de la economía colaborativa, especialmente, en los modelos de crowdfunding, y los tomamos como referencia, se observa que, al traducir las estrategias e invitaciones de la Unión Europea en regulaciones y marcos que favorecen, permiten y clarifican su aplicación a nivel estatal, se alcanza un crecimiento multiplicado y, por tanto, sustentable. Es decir, sirve como lanzadera de promoción de este sector, pero, como vemos a continuación, no es más que el inicio pues, de momento este modelo de negocio está sin “diseñar”.

Este intento de promoción de un modelo europeo de economía colaborativa ha sido, de momento, incapaz de concretar y clarificar cuestiones esenciales, de tal modo que incita su libre interpretación que, recordemos, está desigualmente asimilado entre sus países. Además, ha provocado la fractura del Mercado Único Digital por las discrepancias entre los estados miembros, pues cada cual ofrece soluciones dispares (o ninguna) a la incansable lucha entre los operadores tradicionales y los nuevos prestadores de servicios.

Perseguir la uniformidad entre los países de la Unión Europea ha de ser prioritario para restaurar el Mercado Único Digital, y eso, únicamente se puede realizar, dando el paso a la acción, es decir, estableciendo los correctos marcos de actuación de los sectores colaborativos, de modo que su evidente interés y rentabilidad puedan incrementarse, pero sin perder la seguridad en este Mercado Digital.

La economía colaborativa es una realidad, un nuevo desafío con valor, peso y resultados visibles que no se corresponden con la regulación actual. Las perspectivas de este nuevo mercado, aún más prósperas, fructíferas y provechosas, se encuentran al otro lado de la correcta actualización del sistema.

9. BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

- Cañigüeral, A. “Hacia una economía colaborativa responsable”. *Oikonomics*, N.º 6, 16-27, 2016.
- CORDERO ZÁRRAGA, E. “Un impulso a la economía colaborativa”. *Aranzadi Unión Europea*, N.º 7, 83-86, 2016.
- DIAZ-FONCEA, M., MARCUELLO SERVÓS, C. Y MONREAL GARRIDO, M. “Economía Social y Economía Colaborativa: encaje y potencialidades”. *Economía Industrial*, N.º 402, 27-35, 2016.
- ENCIMAS, C. “El auge de la economía colaborativa”. *Escritura Pública*, N.º 101, 56-59, 2016.
- FERNÁNDEZ PÉREZ, N. “Problemática Jurídica derivada de la economía compartida”. *Economía Industrial*, N.º 402, 37-46, 2016.
- GARCÍA MONTORO, L. “Agenda europea para la economía colaborativa”. *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, N.º 18, 107-112, 2016.
- GARCÍA-OCHOA, D. Y NARVÁEZ BARBA, I. “Economía colaborativa y financiación”. *Diario La Ley*, N.º 8807, 2016.
- GARRIGUES, “La CNMC se posiciona como defensora de la Economía Colaborativa y los nuevos modelos de negocio”. *Aranzadi Unión Europea*, N.º 6, 31-40, 2016.
- JARNE MUÑOZ, P. “El consumo colaborativo en España: experiencias relevantes y retos de futuro”. *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, N.º 17, 62-75, 2016.
- JARNE MUÑOZ, P. “El prosumidor como figura clave en el desarrollo del derecho del consumo derivado del mercado digital”. *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, N.º 19, 41-51, 2016.
- JARNE MUÑOZ, P. “Nuevos vientos para las plataformas en línea en el mercado único digital”. *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, N.º 18, 96-106, 2016.
- LÓPEZ ROMAN, E. “Economía colaborativa, competencia y el mercado único digital”. *Diario La Ley*, N.º 8691, 2016.
- MARTINEZ CORRAL, A. Y PALACIOS, M. “Modelos organizativos para iniciativas de crowdsourcing”. *Economía Industrial*, N.º 402, 65-71, 2016.
- MÉNDEZ PICAZO, M. T. Y CASTAÑO MARTÍNEZ, M. S. “Claves de la economía colaborativa y Políticas Públicas”. *Economía Industrial*, N.º 402, 11-17, 2016.

- MOLINA MORALES, F. X., MARTÍNEZ CHAFER, L. Y DEL CORTE LORA, V. “Análisis del fenómeno del crowdfunding. El caso de la plataforma Verkami”. *Economía Industrial*, N.º 402, 73-85, 2016.
- MONTESINOS OLTRA, S. “Los actores de la economía colaborativa desde el punto de vista del Derecho Tributario”. *Economía Industrial*, N.º 402, 11-17, 2016.
- PACHECO JIMÉNEZ, M. N. “La web 2.0 como instrumento esencial en la economía colaborativa: au-ge de negocios de dudosa legalidad”. *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, 17, 76-84, 2016.
- PERIS-ORTIZ, M., ESTELLES-MIGUEL, S. Y RUEDA ARMENGOT, C. “Mercado y economía colaborativa: conceptos y caso Wallapop”. *Economía Industrial*, N.º 402, 19-26, 2016.
- RIBEIRO-SORIANO, D., REY-MARTÍ, A., ROIG TIERNO, N. Y MAS-TUR, A. “Factores de fracaso y éxito en empresas colaborativas: análisis de literatura y un estudio de caso”. *Economía Industrial*, N.º 402, 107-114, 2016.
- RODRÍGUEZ DE LAS HERAS, T. “Las plataformas de financiación participativa (crowdfunding) en el Proyecto de Ley de Fomento de la Financiación Empresarial: Concepto y funciones”. *Revista de Derecho del Mercado de Valores*, N.º 15, 2014.
- SAGARDOI DE SIMÓN, I. Y NÚÑEZ-CORTÉS, P. “Economía colaborativa y relación laboral: ¿un binomio conflictivo?”. *Cuadernos FAES*, N.º 53, 93-101, 2017.
- SANCHEZ MONJO, M. “FinTech: panorama actual y tendencias regulatorias”. *Revista de Derecho del Mercado de Valores*, N.º 19, 2016.
- TODOLÍ SIGNES, A. “El trabajador en la ‘Uber economy’: ni dependiente ni autónomo, sino todo lo contrario”. *Trabajo y Derecho*, N.º 25, 2017.
- ZUNZUNEGUI, F. “Régimen jurídico de las plataformas de financiación participativa (crowdfunding)”. *Revista de Derecho del Mercado Financiero*, N.º 3, 2015.

BIBLIOGRAFÍA DIGITAL: INFORMES Y PUBLICACIONES

- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE LA ECONOMÍA DIGITAL (Adigital, INFORME. 2017). “Los modelos colaborativos y bajo demanda en plataformas digitales”. Recuperado el 25 de abril de 2017, de <https://goo.gl/Vdx418>
- COLEGIO OFICIAL INGENIEROS DE TELECOMUNICACIÓN (Grupo de Políticas Públicas y Regulación, INFORME. 2016). “Informe sobre Economía Colaborativa”. Recuperado el 2 de mayo de 2017, de <https://goo.gl/vXlc2i>
- COMISIÓN EUROPEA (European Commission Press Release Databased, PUBLICACIÓN. 2016). “Una Agenda Europea para la economía colaborativa”. Recuperado el 14 de febrero de 2017, de <https://goo.gl/N4JVeI>
- COMISIÓN EUROPEA (European Commission Press Release Databased, PUBLICACIÓN. 2010). “Europa 2020: Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador”. Recuperado el 20 de mayo de 2017, de <https://goo.gl/jMVrwp>
- COMISIÓN EUROPEA (European Commission Press Release Databased, PUBLICACIÓN. 2014). “Liberar el potencial de la microfinanciación colectiva en la UE”. Recuperado el 30 de mayo de 2017, de <https://goo.gl/E3yuiu>
- COMISIÓN EUROPEA (European Commission Press Release Databased, PUBLICACIÓN. 2016). “Crowdfunding in the EU Capital Markets Union”. Recuperado el 30 de mayo de 2017, de <https://goo.gl/IBXxLa>
- COMISIÓN EUROPEA (European Commission Press Release Databased, PUBLICACIÓN. 2015). “Crowdfunding: Mapping EU markets and events study”. Recuperado el 30 de mayo de 2017, de <https://goo.gl/KaFle0>
- COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADO Y LA COMPETENCIA (CNMC, INFORME. 2016). “Estudio sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa”. Recuperado el 22 de abril de 2017, de <https://goo.gl/jO3h9f>
- COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADO Y LA COMPETENCIA (CNMC, RESULTADOS PRELIMINARES. 2016). “Conclusiones preliminares sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa”. Recuperado el 30 de marzo de 2017, de <https://goo.gl/nvCMSe>
- PRICE WATERHOUSE COOPERS (PWC, INFORME. 2016). “Assessing the size and presence of the collaborative economy in Europe”. Recuperado el 30 de abril de 2017, de <https://goo.gl/ObpLHT>

SHARING ESPAÑA (Adigital, INFORME. 2014) “La economía colaborativa en España: oportunidades de una nueva economía”. Recuperado el 13 de marzo de 2017, de <https://goo.gl/2ojEFE>

UNIVERSO CROWDFUNDING (Universo Crowdfunding, INFORME. 2017) “Annual report on crowdfunding in Spain for 2016”. Recuperado el 30 de mayo de 2017, de <https://goo.gl/zcXnvl>