



---

**Universidad de Valladolid**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y DEL TRABAJO DE  
SORIA

Grado en Administración y Dirección de Empresas

TRABAJO FIN DE GRADO

# **ECONOMÍA COLABORATIVA: UN NUEVO MODELO DE NEGOCIO**

Presentado por TANIA ARANCÓN VERDE

Tutelado por FLORA MARTÍN MORAL

Soria, 1 de febrero de 2018.

# **CET**

FACULTAD de CIENCIAS EMPRESARIALES y del TRABAJO de SORIA



# ÍNDICE



# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	9
--------------------	---

## CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA COLABORATIVA

<b>1.1. ¿Qué es la economía colaborativa? .....</b>	<b>15</b>
1.1.1. Concepto de economía colaborativa .....	15
1.1.2. Elementos identificativos .....	17
<b>1.2. Origen y evolución .....</b>	<b>18</b>

## CAPÍTULO 2 AGENTES QUE INTERVIENEN EN LA ECONOMÍA COLABORATIVA

<b>2.1. Las Plataformas Colaborativas .....</b>	<b>25</b>
2.1.1. Concepto de plataforma colaborativa .....	25
2.1.2. Servicios prestados por las plataformas colaborativas .....	25
2.1.2.1. Plataformas que actúan como intermediario.....	26
2.1.2.2. Plataformas que son propias prestadoras .....	27
2.1.3. Servicios de la sociedad de la información.....	28
2.1.4. Regulación .....	30
<b>2.2. Los Prestadores de Servicios .....</b>	<b>33</b>
2.2.1. Concepto de prestador de servicios .....	34
2.2.2. Prestador de servicios profesional. Relaciones business to consumer (B2C)	34
2.2.3. Prestador de servicios particulares. Relaciones “Peer to peer” (P2P) .....	36
<b>2.3. Los Consumidores .....</b>	<b>37</b>
2.3.1. Concepto de consumidor .....	37
2.3.2. Regulación de defensa o protección de los consumidores.....	38
2.3.2.1. Acceso a la plataforma.....	39
2.3.2.2. Transparencia.....	40
2.3.2.3. Responsabilidad .....	40
2.3.2.4. Reputación .....	41

**CAPÍTULO 3**  
**LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN EL SECTOR DEL ALOJAMIENTO**

<b>3.1.</b>	<b>Introducción a la economía colaborativa en el sector del alojamiento.....</b>	<b>45</b>
	3.1.1. Definición y delimitación del sector .....	45
	3.1.2. Tipos de plataformas .....	46
<b>3.2.</b>	<b>Caracterización del sector.....</b>	<b>48</b>
	3.2.1. Caracterización de la oferta .....	48
	3.2.2. Caracterización de la demanda .....	51
<b>3.3.</b>	<b>Regulación normativa aplicable al sector.....</b>	<b>53</b>
	3.3.1. Normativa estatal de las VUT .....	54
	3.3.2. Normativa autonómica de las VUT .....	55
	3.3.3. Normativa local de las VUT .....	59

**CAPÍTULO 4**  
**LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN EL TRANSPORTE INTERURBANO  
DE VIAJEROS POR CARRETERA**

<b>4.1.</b>	<b>Introducción al <i>Ride Sharing</i> .....</b>	<b>63</b>
<b>4.2.</b>	<b>Régimen Jurídico del <i>Ride Sharing</i> .....</b>	<b>64</b>
	4.2.1. Análisis de la actividad de las empresas de ride sharing .....	64
	4.2.2. Análisis de la actividad de los usuarios de ride sharing .....	66
	4.2.3. Análisis de la actividad del ride sharing desde el punto de vista de la competencia .....	68

**CAPÍTULO 5**  
**LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN EL SECTOR DEL TAXI Y LOS VTC**

<b>5.1.</b>	<b>Introducción al sector del taxi y los VTC .....</b>	<b>73</b>
<b>5.2.</b>	<b>Caracterización del mercado del taxi y los VTC .....</b>	<b>74</b>
	5.2.1. Sector del taxi .....	74
	5.2.2. Sector de los VTC.....	77
<b>5.3.</b>	<b>Regulación tradicional aplicable a los operadores de taxi y VTC .....</b>	<b>79</b>
<b>5.4.</b>	<b>Análisis de la Regulación del sector del taxi y los VTC .....</b>	<b>81</b>
	5.4.1. Restricciones de acceso .....	82
	5.4.2. Restricción del ámbito territorial de la licencia.....	84
	5.4.3. Establecimiento de tarifas reguladas en el sector del taxi .....	85

5.4.4. Requisitos de calidad y seguridad.....	87
5.4.5. Otras restricciones .....	89
<b>5.5. Análisis de los últimos casos en materia de transporte colaborativo.....</b>	<b>93</b>
5.5.1. Asociación Élite taxi vs. Uber Systems Spain S.L. ....	93
5.5.2. Federación Profesional del Taxi de Madrid vs. Maxi Mobility Spain, S.L.....	95
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>99</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>103</b>





# INTRODUCCIÓN

## INTRODUCCIÓN

# INTRODUCCIÓN

*“Un negocio que no produce nada salvo dinero, es un mal negocio”  
Henry Ford.*

Durante la última década, la sociedad ha estado sumergida en una crisis económica que ha modificado, entre otras cosas, los comportamientos en el consumo siendo la principal preocupación el ahorro de dinero. Esto ha desencadenado en la existencia de una nueva forma de contratación y organización de la actividad económica denominada *economía colaborativa* cuyas finalidades son compartir, intercambiar y colaborar.

Este nuevo modelo de negocio está transformando acciones cotidianas como compartir los gastos de combustible de un trayecto entre amigos, el trueque y los préstamos entre familiares en un movimiento generalizado, global y transversal en el que las nuevas tecnologías como Internet, redes sociales y aplicaciones informáticas juegan un papel fundamental debido a que han permitido la conexión de individuos para intercambiar bienes, servicios, información y conocimientos e incluso convertirse en pequeños empresarios que obtienen rentabilidad de sus bienes infrautilizados.

La transversalidad del fenómeno afecta a numerosos mercados, entre los que destacan el alojamiento y el transporte. Su expansión a nuevos mercados es cada vez mayor, detectándose en la actualidad, entre otras, la presencia de empresas de economía colaborativa en las finanzas, la educación, la salud y la logística.

La economía colaborativa tiene un gran potencial de transformación social ya que ha venido irrumpiendo en los mercados para hacer frente a las necesidades sociales insatisfechas de los individuos, consecuencia de la escasez de recursos económicos y el cambio de valores sociales. Además crea lazos sociales entre los individuos que participan en ella lo que facilita el desarrollo de una economía sostenible y ecológica.

Sin embargo, la irrupción de este nuevo modelo de negocio no ha sido tan pacífica, a pesar de estos efectos positivos, se han detectado ciertos inconvenientes como problemas de competencia desleal con los operadores tradicionales del mismo sector.

El principal problema que presentan estas actividades es su ilegalidad o paralegalidad, ya que las manifestaciones de economía colaborativa no encajan bien en el contexto normativo preexistente y en muchas ocasiones son difíciles de calificar teniendo que recurrir para ello a los tribunales.

Todas estas cuestiones nos han motivado a la elección de este tema para mi Trabajo Fin de Grado cuyo objetivo principal no es otro que analizar la economía colaborativa en los dos sectores más conflictivos y más utilizados por la sociedad: alojamiento y transporte colaborativo, desde una perspectiva

## INTRODUCCIÓN

jurídica, centrándome en la evolución y situación de estas actividades en nuestro país y comparándolo con otros países. A partir de este propósito general emanan otros objetivos más específicos:

- Conocer el nuevo modelo de economía colaborativa que está surgiendo en España.
- Examinar los agentes que intervienen en la economía colaborativa y las relaciones existentes entre ellos.
- Estudiar la evolución por sectores de la economía colaborativa en nuestro país y su impacto sobre las empresas tradicionales.
- Conocer y analizar las diferencias regulatorias si existieran entre las distintas Comunidades Autónomas del país.
- Describir las actividades y servicios prestados por las principales empresas de economía colaborativa tales como Airbnb, Blablacar, Uber y Cabify.
- Determinar el papel que desempeñan los gobiernos en la regulación de este nuevo modelo de negocio.
- Analizar la regulación de la economía colaborativa desde el punto de vista de la competencia y de las empresas tradicionales.
- Identificar las ventajas e inconvenientes de la economía colaborativa.

En lo referente a la metodología empleada para el desarrollo del trabajo, se ha consultado: jurisprudencia, tanto nacional como europea, normas nacionales y comunitarias, doctrina, trabajos de otros organismos como la CNMC, noticias de actualidad y materiales audiovisuales para llegar así a nuestras conclusiones.

El trabajo se estructura en dos partes principales: el marco conceptual y el análisis de cada sector individualmente.

Partiremos, como no puede ser de otro modo, de una aproximación al concepto de economía colaborativa ya que debido a su actualidad es difícil acotar el concepto como tal. Además de ello repasaremos la evolución histórica tanto a nivel mundial como el surgimiento en nuestro país.

A delimitar los agentes que intervienen en este nuevo modelo de negocio nos dedicaremos en el segundo capítulo. Se detallará las actividades que desarrollan cada uno de ellos y su situación actual en la normativa. Para esta primera parte se ha realizado una revisión de la escasa literatura que hay al respecto así como de la Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones en su agenda para la economía colaborativa.

## INTRODUCCIÓN

La segunda parte del trabajo se ha dedicado al análisis individualizado de los sectores más utilizados: alojamiento, transporte interurbano y transporte urbano, sobre los que aplicar los conceptos teóricos desarrollados en la parte previa.

En cada uno de los sectores analizados se describirán los oferentes y demandantes involucrados, así como la regulación tradicional del sector comparándola con la regulación actual. Además se estudiarán los diferentes conflictos ocasionados entre competidores de los diferentes sectores. Para esta parte, además de la literatura anteriormente citada, también se han analizado los resultados preliminares de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, las sentencias pertinentes para cada materia y la prensa nacional. A esta segunda parte dedicaremos los capítulos tercero, cuarto y quinto.

El último capítulo lo dedicaremos a esbozar las principales conclusiones, tanto generales como específicas, que hemos obtenido tras el detallado análisis de la economía colaborativa en España incluyendo las ventajas y desventajas que hemos considerado.

# INTRODUCCIÓN

# CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA COLABORATIVA

# CAPÍTULO 1



### 1.1. ¿QUÉ ES LA ECONOMÍA COLABORATIVA?

La economía colaborativa ha cobrado una importantísima relevancia en los últimos años y el principal motivo es el surgimiento de muchas empresas cuya actividad se engloba dentro de este concepto. En este capítulo vamos a realizar una introducción al tema de economía colaborativa, cuándo surgió, cómo ha ido evolucionando a lo largo de estos años, cómo ha ido ganando terreno en nuestro país y los principales elementos que componen este nuevo modelo de negocio.

#### 1.1.1. Concepto de Economía Colaborativa

*“Una economía colaborativa es una economía construida sobre redes de distribución que conecta individuos y comunidades de manera descentralizada en oposición a las instituciones económicas asentadas, transformando como producimos, consumimos, nos financiamos y aprendemos” (Botsman y Rogers<sup>1</sup>).*

Este concepto al ser tan actual y estar en pleno auge dificulta en gran medida su definición, pero podemos decir que la definición más importante es la que formulan Botsman y Rogers en el 2010, ya mencionada anteriormente. En cuanto a una definición más sencilla viene de la mano de Teubner<sup>2</sup> (2014) quien sugiere que a través de las plataformas digitales aúna los mercados entre clientes o entre particulares con los programas de compartición.

La economía colaborativa, lo que internacionalmente se conoce como *sharing economy* engloba un conjunto de sistemas de producción y consumo de bienes y servicios que surgen a principios de este siglo, XXI, y que aprovechan los recientes avances en las tecnologías de la información con el fin de que los agentes intercambien y compartan tanto sus activos como sus bienes y servicios a cambio de un beneficio que puede ser monetario o no<sup>3</sup>.

Hasta el momento ni el término compartir ni el de intercambiar son conceptos nuevos, dado que siempre ha existido una cooperación entre dos o más sujetos, un intercambio de bienes o servicios, o que varios sujetos hayan compartido recursos bien sean materiales o económicos.

Según Doménech<sup>4</sup>, la novedad de este nuevo concepto de negocio radica en el aprovechamiento de dichas tecnologías de las que disponemos en la actualidad, debido a la creciente innovación en las mismas, a un creciente desarrollo en el *e-commerce* que conlleva una gran expansión de Internet, la creación de nuevas plataformas y aplicaciones a disposición de cualquier usuario, todo esto facilita muy considerablemente el desarrollo de nuevos

---

<sup>1</sup> BOTSMAN, R. y R. ROGERS (2010).

<sup>2</sup> MÉNDEZ PICAZO, M.T y M. S. CASTAÑO MARTÍNEZ (2016)

<sup>3</sup> MONTERO PASCUAL, J.J. (2017).

<sup>4</sup> DOMÉNECH PASCUAL, G. (2015).

## CAPÍTULO 1

modelos de negocio, que permiten una significativa reducción en los costes de transacción que afectan a dichas actividades lo que genera nuevas oportunidades para consumidores y emprendedores.

El concepto de economía colaborativa es tan actual y de tan acelerada evolución que su definición no es concreta sino que está sujeta a modificaciones y puede evolucionar en consecuencia.

La economía colaborativa también es conocida como economía participativa dado que se basa en la idea de compartir, intercambiar, alquilar, comprar o vender productos y/o servicios a través de las plataformas colaborativas que regulan estas transacciones. La principal razón de su creciente evolución es debido a que ofrece una gran ventaja para los consumidores mediante unos precios más competitivos, unas condiciones más transparentes y una disponibilidad total, donde sea y cuando sea.

Las principales empresas que aplican este nuevo modelo de negocio son: Uber, Cabify y Blablacar, que pertenecen al sector transporte; Airbnb, quien se dedica al mundo de los alojamientos; y EatWith, cuya finalidad es poner en contacto a personas que se dedican a viajar y así conocer las costumbres culinarias de cada región.

La novedad proviene en que el proveedor del servicio no tiene porque ser una empresa, como lo hubiera sido hasta el momento, sino que se amplían las posibilidades y puede ser un particular individual quién directamente preste el servicio<sup>5</sup>.

La economía colaborativa implica a tres categorías de agentes<sup>6</sup>, que son: prestadores de servicios, bien sean particulares o profesionales que compartan activos, recursos, tiempo y/o competencias; usuarios de dichos servicios; y, por último, intermediarios que conectan a los prestadores con los usuarios y facilitan las transacciones entre ellos.

Dentro del concepto de economía colaborativa ciertos autores distinguen entre cuatro tipos de actividades básicas según sea el propósito perseguido por las empresas.

La primera actividad es el consumo colaborativo que hace referencia a la manera tradicional de compartir, intercambiar, vender, alquilar, prestar y regalar productos y servicios pero ahora redefinida a través de los avances en tecnología<sup>7</sup>. Además proporciona el acceso a los bienes y servicios a través de: bartering, renting, lending, trading, leasing, exchanging, reselling y swapping. Este consumo abarca tanto mercados de redistribución, donde se redistribuyen los bienes y se paga por acceder a bienes sin obtener su adquisición, el caso

---

<sup>5</sup> TODOLÍ SIGNES, A. (2017).

<sup>6</sup> Comisión Europea (2.6.2016): *Comunicación al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Científico Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones sobre una Agenda Europea para la economía colaborativa*. COM (2016) 356 final.

<sup>7</sup> Albert Cañigüeral, responsable de [www.consumocolaborativo.com](http://www.consumocolaborativo.com)

de Uber o Airbnb, como sistemas de vida colaborativa, donde se comparten e intercambian activos, por ejemplo, BlaBlaCar<sup>8</sup>.

La segunda actividad hace referencia a la producción colaborativa, en la que grupos, redes o particulares colaboran en el diseño, producción o distribución de bienes. Dentro de este tipo de actividad se distingue el diseño colaborativo, la elaboración colaborativa de productos o proyectos y la distribución colaborativa.

La tercera actividad es el aprendizaje colaborativo, que se permite el acceso abierto a cualquier sujeto a experiencias de aprendizaje, como cursos, lecturas y contenidos adicionales donde se comparten recursos y conocimientos para facilitar el aprendizaje conjunto. Además también permite el ofrecimiento a enseñar o a compartir destrezas de conocimientos o resolución de problemas.

Por último, la cuarta actividad es la referente a las finanzas colaborativas, donde los préstamos o la inversión se prestan al margen de las entidades financieras tradicionales. Es el caso del crowdfunding o el peer-to-peer lending<sup>9</sup>.

De forma que lo que cambia no es el “qué se consume” sino el “cómo se consume”.

### **1.1.2. Elementos identificativos**

Como he mencionado anteriormente, el término economía colaborativa es tan reciente que está en constante evolución por lo que es un poco complicado categorizarlo.

Aun así hay tres elementos imprescindibles para identificar la economía colaborativa y son los siguientes:

#### **A. Nuevas tecnologías de la información**

No cabe duda de que las nuevas tecnologías han causado una revolución en nuestra sociedad y sobretodo Internet, que interconecta diferentes redes de comunicación que permiten en cualquier momento y a muy bajo coste acceder a toda la información que está en la red.

Los Smartphones han hecho que la información sea todavía más accesible, primero fueron los ordenadores cuya potencia y rapidez era menor, pero al aparecer los teléfonos inteligentes la comunicación es inmediata, y a día de hoy es un aparato accesible para casi todo el mundo.

---

<sup>8</sup> ALFONSO SÁNCHEZ, ROSALÍA (2016): “Economía colaborativa: un nuevo mercado para la economía social” CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa.

<sup>9</sup> Ibid.

## CAPÍTULO 1

En España el 82% de la población es usuaria de Internet, es decir, casi 38 millones de personas y el 90% de ellos accede diariamente al mismo<sup>10</sup>.

### B. Mercado multilaterales

Los mercados bilaterales o multilaterales nacieron en el año 2000 y su principal característica es la presencia de dos o más grupos de usuarios a los que vendes productos diferentes. El beneficio en este tipo de mercados reside en que ambos grupos compartan una misma tecnología o servicio.

Hay dos tipos de mercados multilaterales, por un lado, los no transaccionales que se caracterizan porque no se produce un negocio jurídico directo entre los diferentes grupos, es decir, los grupos no interaccionan entre ellos. Por otro lado, tenemos los transaccionales que en este tipo si se produce una interacción entre los diferentes grupos y lo hacen gracias a una plataforma. Es en este último tipo donde se enmarca la economía colaborativa.<sup>11</sup>

Las plataformas deben atraer un volumen mínimo y equilibrado de usuarios, ya que por ejemplo, en el caso de Uber los conductores se sumarán a la plataforma si hay un número considerable de usuarios que estén dispuestos a consumir sus servicios, o viceversa, los consumidores de Uber se sumarán si consideran que hay un número mínimo de conductores prestando el servicio.

Dentro de estos mercados hay diferencias ya que en el caso de Uber, por ejemplo, el cobro de la comisión del servicio va destinado al prestador, y sin embargo, en Blablacar es el consumidor el encargado de pagar comisión, un 20% en este caso. La última opción es que se les cobre a ambas partes como es el caso de Airbnb donde el que alquila la habitación paga comisión por ofertarse, y el alquilado también la paga para poder acceder al servicio.

### C. Plataformas en Línea

Las plataformas en línea son empresas que facilitan y gestionan mercados multilaterales a través de Internet para hacer posible la interacción entre dos a más grupos. Actualmente, cubren un amplio abanico de actividades como son: plataformas de publicidad en línea, mercados en línea, motores de búsqueda, redes sociales, sistema de pagos y plataformas de economía colaborativa entre otros.

Estas plataformas se caracterizan por intermediar entre prestadores y receptores de servicios, y son éstas las que median en la contratación de un servicio. Un ejemplo puede ser la plataforma de BlaBlaCar que media entre el prestador del servicio quien va a conducir el coche y el consumidor quien demanda este servicio de transporte.

## 1.2. Origen y Evolución

---

<sup>10</sup> WE ARE SOCIAL (2017): “La evolución digital en España”.

<sup>11</sup> MONTERO PASCUAL, J.J. (2017).

## INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA COLABORATIVA

Si echamos la vista atrás en el tiempo, nos damos cuenta de que este tipo de economía siempre ha existido, pero la diferencia es que en el pasado las transacciones se realizaban en persona y de manera informal, mientras que en la actualidad las plataformas digitales como las páginas web y las redes sociales cobran un papel fundamental en este nuevo negocio.

En las sociedades agrícolas de antaño los agricultores subsistían con sus propias cosechas y muchas veces en vez de comprar con dinero un producto a otro agricultor o a un ganadero lo intercambiaban entre ellos, es decir, si un agricultor tenía cereales y necesitaba carne, lo que hacía era como un trueque, él le ofrecía sus cereales a cambio de la carne de vaca que le podía ofrecer el ganadero; con lo cual los intercambios han existido desde siempre.

La segunda etapa viene de la mano de la Revolución Industrial, o la que desde nuestro punto de vista podemos denominar “la era de la propiedad”, es aquí cuando comenzamos a hablar de propiedad, cuando lo más importante para los individuos de esta sociedad es tener el título del mayor número de cosas posibles, por ejemplo, una casa, un coche, un ordenador, etc; y el beneficio que obtengo de ellas es su uso y disfrute. Por todo esto el propietario ha tenido que pagar un precio y ese dinero lo obtiene mediante la realización de su trabajo.

Es una sociedad donde la gente trabaja por y para conseguir una remuneración económica y de esta forma poder obtener todas las cosas que quieren tener en su propiedad.

Podemos distinguir también una tercera etapa y esta sería la sociedad de “hiperconsumo” caracterizada por nuevas formas de consumir, nuevos modos de organizar las actividades económicas, nuevas formas de producir, vender y distribuir, sociedad que cuánto más compras y más cosas posees más status tienes a la vista de los demás. En esta sociedad hay un superávit y gran variedad de oferta, la cual está dominada por la demanda.

Una gran variedad de productos y un marketing global de los mismos ha conseguido que las personas necesiten cosas que antes no necesitaban, ha logrado que la gente compre cosas que no necesitan solo que son objeto de deseo por el simple hecho de consumir.

Pero esta sociedad de hiperconsumo se ha visto totalmente quebrada en 2008 cuando la crisis económica mundial entró en nuestras vidas, y la sociedad se vió tan superada por la situación que comenzaron a reducir su consumo al no disponer de capacidad adquisitiva. Según la CNMC, la renta disponible de los individuos había disminuido y se había incrementado la dificultad para acceder al crédito<sup>12</sup>.

Entramos así en la última etapa, donde hay un nuevo replanteamiento en el modelo de producción y consumo. En esta etapa hay un cambio en la

---

<sup>12</sup> CNMC: Estudio sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa, marzo 2016, dijo que el cambio de valores de la sociedad se producía en gran medida a esos dos factores.

## CAPÍTULO 1

sociedad, que es la actual donde vivimos, ya que gracias al progreso tecnológico y a las dificultades económicas de estos tiempos, nos está guiando a una sociedad donde triunfa el consumo colaborativo, y es así como nace el concepto de economía colaborativa.

La economía colaborativa ha sido un antídoto para el hiperconsumismo y se ha convertido en una de las grandes tendencias de nuestro tiempo, y es ahora cuando se empieza a hablar de compartir, intercambiar, alquilar, confianza, conocimiento y futuro.

En la actualidad, reutilizar ha pasado de ser algo de pobres a algo de listos. Además engloba un factor muy importante debido a que promueve un consumo razonable, fomenta una protección al medio ambiente ya que no es necesario que compres un coche porque pueden llevarte a cualquier sitio con solo un click, lo solicitas a través de tu Smartphone y de esta forma se reduce la contaminación y ahorras dinero.

La necesidad de “compartir” ha fomentado el surgimiento de una cultura digital en Internet que nos ha enseñado a confiar en los pagos digitales y esto ha incrementado considerablemente los círculos de confianza y consecuentemente los mercados de intercambio. Esta es la barrera que más ha costado romper ya que un gran número de personas no se fiaban a pagar por Internet pero la conectividad ha ayudado a que esto suceda ya que si la plataforma tiene muchos usuarios y muy buenas opiniones la gente confía en ellas.

Por todo esto, la confianza y la conectividad son la base de este nuevo modelo de negocio que no para de crecer y de eso no cabe duda ya que en 2015 la economía colaborativa movió 15000 millones de dólares en todo el mundo pero esto no queda aquí, ya que la cifra que se prevé para 2025 da hasta miedo porque alcanzará los 335000 millones de dólares<sup>13</sup> anuales a escala mundial.

A nivel mundial desde el año 2000 hasta el año 2015 se ha contabilizado una inversión en actividades relacionadas con la economía colaborativa de 25972 millones de dólares, y casi el 90%, 23199 millones de dólares, se ha realizado en el periodo 2013-2015<sup>14</sup>.

En cuanto a la distribución de los sectores que a escala mundial han recibido una mayor inversión durante este mismo periodo se expresan en el siguiente gráfico.

---

<sup>13</sup> “Economía de bolsillo” RTVE en un programa sobre economía colaborativa: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/economia-de-bolsillo/economia-bolsillo-economia-colaborativa/3657622/>

<sup>14</sup> De acuerdo con los datos de octubre de 2015 de <http://www.web-strategist.com>

**Figura 1.1. Evolución de la inversión en economía colaborativa por sectores**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [www.web-strategist.com/](http://www.web-strategist.com/)

Podemos observar que más de la mitad de la inversión va destinada al transporte, concretamente un 62%, y en segundo lugar está el sector del alojamiento, que ronda el 18% de la inversión total, es decir, el 80% de la inversión mundial se ha destinado a las plataformas relacionadas con estos dos sectores, transporte y alojamiento.

Con respecto al resto de sectores, el 6% corresponde a la financiación, el 5% a los servicios, el 4% a productos y el 5% restante a otros sectores.

En cuanto a las plataformas que destacan por inversión recibida, encabeza la lista Uber con 6315 millones de dólares, le sigue Didi Kuaidi<sup>15</sup> con 4367 millones de dólares, ambas pertenecientes al sector transporte y en tercera posición se encuentra Airbnb con una inversión de 2394 millones de dólares<sup>16</sup>.

En 2015 Airbnb ya era conocida por el 30% de la población mundial, pero Uber era todavía más conocida, más de la mitad de la población mundial ya sabía de su existencia, concretamente el 57%.<sup>17</sup>

Tan grande es el alcance de este nuevo fenómeno que está llegando a sectores económicos que parecían reservados a estructuras más tradicionales

<sup>15</sup> Didi Kuaidi es la compañía resultante de la fusión en febrero de 2015 de las dos mayores plataformas chinas de servicio de taxi: Didi Dache y Kuaidi Dache.

<sup>16</sup> Los tres datos sobre la inversión recibida a Uber, Didi Kuadi y Airbnb es un dato obtenido de <http://www.web-strategist.com>

<sup>17</sup> Ibid.

## CAPÍTULO 1

como los taxis, que están viéndose enormemente amenazados por estas nuevas empresas como Uber y Cabify.

Otro ejemplo es el de Río de Janeiro que ha llegado a acuerdos con Airbnb para que los residentes puedan ofrecer sus propias casas y ganar algo de dinero en vez de construir hoteles para alojar a todos los visitantes ya que requiere una gran inversión.

En España también se realizan proyectos de economía colaborativa y concretamente en 2014 fueron 344. Los proyectos más importantes según ramas de actividad fueron los de intercambio, con 65 proyectos, los de turismo, con 55, los de transporte con 40, los bancos de tiempo con 38 y en quinto lugar los de financiación que contaron con 23 proyectos ese año<sup>18</sup>.

---

<sup>18</sup> “Economía colaborativa para subsistir” (2014) publicado en El Mundo. Disponible en: <http://www.elmundo.es/grafico/economia/2014/12/14/548b3af4268e3e03108b4571.html>



# CAPÍTULO 2: AGENTES QUE INTERVIENEN EN LA ECONOMÍA COLABORATIVA

## CAPÍTULO 2

## 2.1. LAS PLATAFORMAS COLABORATIVAS

### 2.1.1. Concepto de plataforma colaborativa

Las plataformas colaborativas son instrumentos que a través de Internet permiten prestaciones entre los oferentes y los demandantes o consumidores del servicio. Estas plataformas cubren una amplia gama de servicios tales como: alquilar un alojamiento, compartir el coche con otras personas que realizan el mismo viaje, etc. Son una parte importante del engranaje “economía colaborativa”, la cual está proporcionando múltiples beneficios a la sociedad actual así como grandes oportunidades de crecimiento y empleabilidad para Europa<sup>19</sup>.

La Comisión Europea define las plataformas electrónicas como “empresas que operan en mercados bilaterales o multilaterales, que utilizan Internet para hacer posibles interacciones entre dos o más grupos de usuarios distintos pero interdependientes, de forma que se genere valor para al menos uno de los grupos”<sup>20</sup>. Siendo las plataformas colaborativas un tipo de plataformas electrónicas, pero la distinción con el resto reside en el objeto de las plataformas colaborativas basado en facilitar la contratación del uso temporal de bienes y servicios justo en el momento que se necesita, renunciando así a la propiedad, y permitiendo la entrada de prestadores de servicios no profesionales o lo que es lo mismo “prosumidores”<sup>21</sup>.

La Comisión destaca el hecho de que las plataformas colaborativas son empresas, entendiéndose por esto cualquier entidad que ejerce una actividad económica consistente en ofrecer bienes o servicios en un determinado mercado. Además ofrecen su actividad en mercados multilaterales, donde dos o más grupos de usuarios interactúan entre sí, esta interacción necesita de una estructura específica como es la plataforma y la forma más efectiva de conseguirlo es mediante el uso de Internet ya que multiplican las posibilidades y además reducen de forma drástica los costes de transacción<sup>22</sup>.

Las principales funciones de las plataformas colaborativas son: conectar a oferentes y demandantes del servicio, proveer el mecanismo para que la transacción económica se realice por vía electrónica y proveer los mecanismos de verificación que minoren los riesgos y los costes de transacción asociados al hecho de compartir con extraños pudiendo cobrar éstas una tasa a los usuarios.

### 2.1.2. Servicios prestados por las plataformas colaborativas

En función del comportamiento de las plataformas se puede distinguir dos tipos de plataformas: aquellas que actúan como un mero intermediario

---

<sup>19</sup> FLASH EUROBAROMETER 438 (June 2016): *The use of Collaborative platforms*.

<sup>20</sup> COMISIÓN EUROPEA (2016): *Synopsis report on the public consultation on the regulatory environment for platforms, online intermediaries and the collaborative economy*.

<sup>21</sup> MONTERO PASCUAL, J. J. (2017).

<sup>22</sup> Comisión Europea (2.6.2016): *Comunicación [...] sobre una Agenda... cit.*

digital, quienes ponen en contacto a los prestadores con los usuarios de los servicios facilitando su colaboración, y aquellas que son las propias prestadoras del servicio ya sea principal, auxiliar o complementario<sup>23</sup>. Estas últimas no encajan en la definición de plataforma colaborativa para la agenda.

### 2.1.2.1. Plataformas que actúan como intermediario

#### Plataformas de Mediación

En primer lugar, las plataformas que actúan como intermediario son las que prestan un servicio de mediación, en España este tipo de contratos no están sujetos a una específica ordenación legal. Estas plataformas basan su actividad en la conexión de oferentes y demandantes en tiempo real, y básicamente esto es posible por la innovación tecnológica que permiten que dispongan de abundantes datos tanto de oferentes como demandantes.

Son los propios consumidores finales los que ponen a disposición de las plataformas la información necesaria respondiendo a cuestionarios redactados por las plataformas y así éstas pueden conocer los gustos y el historial de consumo de los usuarios, facilitando así, la identificación de los perfiles de prestadores de servicios que pueden encajar mejor con los demandantes. Esto lo consiguen mediante la utilización de algoritmos que toman en consideración todos los datos.

Mediante el uso de las aplicaciones de las propias plataformas, éstas pueden conocer al instante y en todo momento la localización geográfica de los demandantes del servicio y la disponibilidad de los prestadores, aunque esto solo es necesario en el sector del transporte. De esta forma, la automatización de estos procesos reduce drásticamente los costes, que se aproximan a cero.

La naturaleza jurídica de este servicio encaja con el tradicional contrato de mediación. La jurisprudencia ha identificado sus elementos constitutivos: “contrato innominado, principal, consensual y bilateral, por el que una de las partes, en nuestro caso la plataforma mediadora, se compromete a indicar a la otra, el usuario del servicio, la oportunidad de concluir un negocio jurídico con un tercero o de servirle para ello de intermediario, a cambio de una retribución llamada comisión”<sup>24</sup>. La plataforma de mediación se limita a poner en contacto a ambas partes, el contrato con ella finaliza en ese preciso momento. En ningún caso la plataforma de mediación es titular de la prestación del servicio que el ofertante presta al demandante en el negocio jurídico principal del que el contrato de mediación es simplemente auxiliar. Por tanto, estas plataformas no prestan los servicios principales de transporte, alojamiento, finanzas, profesionales, etc., ya que no disponen de vehículos, inmuebles, y demás enseres<sup>25</sup>.

#### Plataformas de anuncios

---

<sup>23</sup> ALFONSO SÁNCHEZ, ROSALÍA (2016).

<sup>24</sup> Sentencia de la Audiencia Provincial de Madrid de 9 de marzo de 2005.

<sup>25</sup> MONTERO PASCUAL, J. J. (2017).

Un sector doctrinal, trata las plataformas de anuncios como intermediarias ya que son meros “tablones de anuncios” en los que los proveedores publican sus ofertas y los usuarios publican sus demandas. La función de la plataforma es básica, se limita a publicar la información. Tradicionalmente los anuncios se publicaban en la prensa, pero con la aparición de Internet los anuncios han pasado a publicarse online incrementando considerablemente el número de anuncios y las visualizaciones de los mismos. Hoy día son capaces de llegar a todos los rincones de la sociedad y con la influencia del marketing se ha conseguido que los anuncios sean mucho más atractivos. Este servicio tiene naturaleza de servicio de la sociedad de la información<sup>26</sup>.

### Mercados electrónicos

El último modelo que actúa como intermediario es el “marketplaces” denominado mercado electrónico, sigue la misma línea que los anteriores.

Las plataformas no sólo publican las ofertas, sino que generan todo un entorno para facilitar la interacción entre vendedores y compradores de bienes y servicios. Las plataformas pueden proporcionar información sobre la identidad de los ofertantes y demandantes, sistemas de gestión de la reputación, sistemas para canalizar las comunicaciones entre ofertantes y demandantes e incluso gestionar los pagos de los servicios<sup>27</sup>.

Al igual que los anteriores, la jurisprudencia del TJUE<sup>28</sup> confirma que los servicios de “mercado electrónico” tienen naturaleza jurídica de servicios de la sociedad de la información ya que su principal actividad consiste en facilitar el contacto entre vendedores y compradores de productos tiene, en principio, la consideración de un servicio en el sentido de la Directiva 2000/31/CE.

### 2.1.2.2. Plataformas prestadoras del servicio

El segundo tipo de plataformas son aquellas que son las propias prestadoras del servicio y por ello asumen plena responsabilidad y la titularidad de los bienes y servicios que prestan.

Este tipo de plataformas dispone de los bienes objeto de transacción, tales como vehículos, inmuebles que ellos mismos utilizan para prestar el servicio al usuario final, además de la mano de obra, en el caso del sector transporte son ellas mismas quienes contratan a los conductores. La diferencia que reside con respecto al resto de plataformas es que no hay intermediarios.

No obstante, es importante identificar adecuadamente los supuestos en los que la plataforma colaborativa se limita a la intermediación electrónica, y los supuestos en los que a esta actividad electrónica se suma una ulterior responsabilidad en la contratación con los usuarios finales. Esta identificación requiere un detallado análisis individualizado para cada modelo de negocio.

---

<sup>26</sup> Ibid.

<sup>27</sup> Ibid.

<sup>28</sup> STJ (Gran Sala), de 12 de julio de 2011, *L'Oréal SA y otros contra eBay International AG y otros*, asunto C-324 de 2009.

Por tanto, el problema que aquí se plantea es si las plataformas deben estar sujetas o no a los requisitos de acceso al mercado y autorizaciones previas y esto depende de la naturaleza de la actividad, es decir, la naturaleza del servicio que ofrecen. Tal como expresa la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior, cuando las plataformas ofrecen un servicio de la sociedad de la información (art. 2. a)) no tienen que estar sujetas a autorizaciones previas o a cualquier otro requisito (art. 4).

No obstante, puede haber plataformas que superen la intermediación y ofrezcan un servicio subyacente, en este caso la Comisión ha establecido unos criterios para determinar si una plataforma ha superado la intermediación y son los siguientes: i) ¿Quién ha fijado el precio? Si la plataforma se limita a recomendar un precio máximo o a recomendar la gestión de pagos, no se está cumpliendo el criterio; ii) fijación de condiciones esenciales del contrato, como la imposición de la obligación de prestación del servicio o las condiciones de dicha prestación; y iii) ¿quién es el propietario de los activos? vehículos en el caso del transporte, viviendas en el caso del alojamiento, etc. Si es la plataforma la propietaria de los activos está ejerciendo un control significativo sobre el prestador, con lo cual estaría cumpliendo el criterio<sup>29</sup>.

La Comisión también señala que si la plataforma colaborativa sufraga los gastos y asume todos los riesgos o tiene una relación laboral con el prestador indicaría que tiene un gran control e influencia sobre la prestación del servicio. Sin embargo, si la plataforma presta servicios auxiliares como modalidades de pago, cobertura de seguros, servicios de post-venta, etc., es irrelevante, no va a indicar si tiene o no influencia sobre los prestadores<sup>30</sup>.

En conclusión, si los requisitos de acceso al mercado son necesarios, están justificados y son proporcionados para alcanzar un objetivo de interés público claramente identificado, deben ser los Estados miembros quienes consideren las características específicas de los modelos de negocio de la economía colaborativa.

### 2.1.3. Servicios de la Sociedad de la Información

Las plataformas electrónicas de la economía colaborativa, ya sean plataformas mediadoras, plataformas de anuncios o “marketplaces”, prestan los denominados servicios de la sociedad de la información. Es esta una categoría jurídica reconocida en las directivas de la Unión Europea y en la legislación nacional<sup>31</sup>.

La Directiva 2015/1535 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 9 de septiembre de 2015, por la que se establece un procedimiento de información en materia de reglamentaciones técnicas y de reglas relativas a los servicios de

---

<sup>29</sup> Comisión Europea (2.6.2016): *Comunicación [...] sobre una Agenda...* cit.

<sup>30</sup> *Ibid.*

<sup>31</sup> Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios a la sociedad de la información y de comercio electrónico. También establecido en la Directiva (UE) 2015/1535.

la sociedad de la información, define los servicios de la sociedad de la información como “todo servicio prestado normalmente a cambio de una remuneración, a distancia, por vía electrónica y a petición individual” (art. 1). Del citado concepto, deducimos que es necesaria la concurrencia de cuatro requisitos.

1. “A cambio de una remuneración”, es decir, prestar un servicio a título oneroso. Esta retribución puede proceder del consumidor final o que se le repercuta directamente al prestador del servicio como es el caso de Uber donde los servicios de la plataforma son retribuidos por los conductores.  
Por el contrario, Blablacar cuando comenzó no exigía retribución pero cuando ya se ha consolidado como una plataforma de éxito exige una remuneración del 20% a los usuarios del servicio.
2. “A distancia”, es decir, prestador y consumidor no pueden estar presentes simultáneamente y tampoco el prestador y la plataforma. Uber presta el servicio desde Holanda, Airbnb desde Irlanda y Blablacar, por ejemplo, desde Francia.
3. “Por vía electrónica”, es decir, como no están presentes ambas partes simultáneamente, la comunicación entre ellos tiene que ser electrónica mediante ordenadores o smartphones, quedando excluidos los servicios prestados por teléfono debido a que no implican tratamiento y almacenamiento de datos<sup>32</sup>.
4. Prestado “a petición individual”, es decir, que exista una interactividad entre las partes.

Los servicios de la sociedad de la información están regulados a nivel comunitario por la Directiva 2000/31/CE cuya transposición a nuestro derecho interno es la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

La Directiva expresa que el control de los servicios de la sociedad de la información debe hacerse en el origen de la actividad para garantizar que se protegen de forma eficaz los intereses generales y que, para ello, es necesario garantizar que la autoridad competente garantice dicha protección no sólo en el caso de los ciudadanos de su país, sino en el de todos los ciudadanos de la Comunidad<sup>33</sup>. Esto es muy importante ya que como hemos mencionado anteriormente es muy común que las plataformas colaborativas presten sus servicios a todos los miembros de la UE estando establecidos en un único Estado miembro de la UE. Por ejemplo, Airbnb está establecido en Irlanda, su país de origen, pero presta sus servicios a toda la UE. Además, se rige por la legislación de Irlanda y no por la de España, donde presta sus servicios. Ahora bien, España puede imponer restricciones siempre y cuando cumplan con lo

---

<sup>32</sup> Ibid. En esta misma línea, la Comisión Europea (2.6.2016): Comunicación [...] sobre una Agenda... cit.

<sup>33</sup> Párrafo 22 de la Exposición de Motivos de la Directiva 2000/31/CE.

previsto en el régimen comunitario, pero no puede exigir autorización previa para que preste sus servicios, está prohibido (art.4 Directiva 2000/31/CE).

La citada Directiva también establece la libre prestación de servicios entre Estados miembros (art. 4.2) permitiendo únicamente restringirla en caso de daño o peligro grave al orden público, salud pública y protección de menores, consumidores e incluso inversores (art. 4.4).

### 2.1.4. Regulación

En relación con este tema es evidente que en la actualidad existe un problema ya que la Directiva 2000/31/CE está obsoleta debido a que cuando se aprobó todavía no existían estas plataformas colaborativas. Por este motivo, se sugiere regular determinados aspectos importantes tales como: sus obligaciones, el derecho de la competencia y la protección de datos.

#### A. Obligaciones de las Plataformas

Se plantea establecer un régimen jurídico específico que obligue a las plataformas a asumir ciertas obligaciones tales como: proteger a los usuarios y colaborar con las autoridades públicas.

##### Protección de los usuarios

Se plantea la necesidad de proporcionar una información precisa y detallada a los consumidores sobre los servicios prestados por cada actor, es decir, plataforma, prestador del servicio principal y la responsabilidad de cada uno de ellos. Se plantea la necesidad de garantizar el acceso de los usuarios a la plataforma, independientemente de que hayan podido hacer un mal uso en un momento determinado, en cuyo caso se plantea una tregua, una posibilidad de no excluirlos definitivamente<sup>34</sup>.

Se plantea la necesidad de que las plataformas ejerzan un mayor control sobre sus clientes, sobretodo sobre su identidad, excluyendo a aquellos usuarios que no tienen los requisitos para prestar determinados servicios, por ejemplo, disponer de carnet de conducir en el caso del transporte. Actualmente, los controles que comprueban si se cumplen los requisitos los hace la plataforma pero no son obligatorios y se plantea que empiecen a serlo con el fin de evitar futuros problemas.

A su vez, también se plantea intervenir en los sistemas de evaluación, dada la posibilidad de que estos sistemas sean manipulados tanto por terceros como por la propia plataforma.

##### Colaboración con las autoridades públicas.

Es muy importante que las plataformas colaboren con las autoridades públicas para lograr objetivos de interés general, por ejemplo, en el ámbito tributario. Se plantea la posibilidad de que las plataformas proporcionen datos

---

<sup>34</sup> CNMC (2016).



sobre las operaciones realizadas incluso colaborando en el pago tributario por parte de los usuarios<sup>35</sup>.

En la actualidad hay algunas plataformas que colaboran con las autoridades públicas como es el caso de Airbnb, que gestiona los pagos de las tasas turísticas en algunos lugares como Ámsterdam, Lisboa y numerosos municipios de Estados Unidos, y lo que se plantea es extender esta gestión de pagos a otras prestaciones como las contribuciones a la Seguridad Social o el IVA. Claro que habría que establecer una distinción entre los prestadores profesionales y los no profesionales, ya que para estos últimos, realizar periódicamente declaraciones puede ser desproporcionado<sup>36</sup>.

### B. Derecho de la competencia

El alcance de las plataformas colaborativas es tan amplio que hay dudas sobre la aplicación de las normas de defensa de la competencia, reguladas en la Ley 15/2007 de 3 de julio, de defensa de la competencia (LDC).

#### Mercado relevante

El primer reto al que se enfrentan las autoridades de defensa de la competencia surge a la hora de definir el mercado relevante a los efectos de posteriormente analizar concentraciones o abusos de posición de dominio en relación con las plataformas.

Debido a que las plataformas actúan al menos en dos segmentos diferentes, existen dos posibilidades. Por un lado, la posibilidad de definir un único mercado relevante, lo cual será beneficioso para mercados multilaterales transaccionales, como son las plataformas colaborativas. Y por otra parte, la posibilidad de definir dos mercados diferentes, uno por cada relación de la plataforma con uno de los lados afectados. En esta segunda opción se ignora la interacción existente entre ambos mercados, pudiendo dar una falsa imagen de la posición de la plataforma, por tanto, esta se recomienda para mercados multilaterales no transaccionales, por ejemplo los mercados de publicidad<sup>37</sup>.

El análisis tradicional de las plataformas suele centrarse en aspectos más relevantes, pero resulta insuficiente frente a plataformas más sofisticadas como Google, que se ve afectada por otros lados como el de los usuarios, el de las páginas indexadas, etc. Cabe concluir que la definición del mercado relevante en mercados multilaterales es un ejercicio más complicado de lo que tradicionalmente se ha entendido, y que sólo una definición de mercado más sofisticada permite un análisis más completo de las dinámicas competitivas, aunque sea un análisis mucho más complicado que el tradicional.

#### Poder de mercado

---

<sup>35</sup> Parlamento Europeo (2016): *The cost of Non-Europe in the Sharing Economy*.

<sup>36</sup> Ibid, pag. 181; apartado) tax collection dice que Airbnb cobra un impuesto a los turistas en nombre de las autoridades como forma de cooperación entre la plataforma y la autoridad competente.

<sup>37</sup> Ibid.

## CAPÍTULO 2

Tras la definición del mercado relevante, hay que enfrentarse a significativas dificultades a la hora de identificar el poder de mercado. Muchas de las herramientas tradicionales de evaluación del poder de mercado no pueden ser utilizadas en el caso de las plataformas, tales como, calcular la cuota de mercado a partir de los ingresos obtenidos por la prestación del servicio, volumen de ingresos, número de usuarios inscritos en la plataforma, etc.

Actualmente resulta imprescindible realizar un análisis mucho más sofisticado y detallado que tenga en cuenta todos los elementos que pueden influir en este aspecto. Para ello hay que identificar la relevancia de las externalidades indirectas de red, es decir, los volúmenes de usuarios e identificar la ventaja competitiva que estas externalidades generan frente a modelos tradicionales de bienes y servicios. Y finalmente, lo que genera un auténtico poder de mercado es la acumulación de usuarios que haya a ambos lados de la plataforma<sup>38</sup>.

### Abuso de la posición de dominio

En la misma línea con lo anterior, las plataformas se benefician de la externalidad indirecta de red, esto se produce cuando el incremento de utilidad deriva del incremento de usuarios en otro mercado. El incremento del número de prestadores de servicios beneficia a los receptores de los mismos. Igualmente, el incremento del número de usuarios registrados beneficia a los prestadores de servicio.

El éxito de una plataforma colaborativa depende en gran medida del equilibrio existente entre prestadores y receptores de servicios, especialmente en el momento de lanzamiento de la plataforma. Resulta razonable analizar si las plataformas colaborativas pueden igualmente alcanzar posiciones de dominio en las que puedan producirse abusos tal como expone la LDC en su artículo 2.

Por un lado, el instantáneo crecimiento de algunas plataformas colaborativas hace pensar que pueden ejercer un abuso de dominio incluso llegado a alcanzar posiciones de monopolio en un determinado sector. Para ello la LCD prohíbe expresamente los actos de competencia desleal, regulados en la Ley Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal (LCD), siempre que estos actos se realicen en el mercado, con fines concurrenciales<sup>39</sup> (art 2.1 LCD), es decir, que la acción influya en la estructura del mercado o en la posición competitiva de los operadores en el mercado y la Jurisprudencia ha interpretado<sup>40</sup> que también será un acto de competencia desleal cuando exista peligro de generarse un error en el consumidor. La ley será de aplicación a los empresarios, profesionales y a cualquier persona física o jurídica que participe en el mercado (art. 3.1 LCD), es decir, se aplica tanto a prestadores profesionales como a relaciones P2P. Por tanto, la deslealtad de una conducta viene constituida por el quebramiento de las exigencias de buena fe (art. 4.1

---

<sup>38</sup> MONTERO PASCUAL, J.J. (2017).

<sup>39</sup> Considera actos de competencia desleal cuando concurren estas dos situaciones.

<sup>40</sup> STS, de 13 de mayo de 2002 y de 15 de abril de 1998.

LCD), y se establecen en la propia ley un catálogo de conductas desleales, como, primas y obsequios (art. 8 LCD), denigración (art. 9 LCD), explotación de la reputación ajena (art. 12 LCD), de violación de secretos (art. 13 LCD), venta de discriminación (art. 16 LCD) y la venta a pérdida (artículo 17 LCD).

Por otro lado, las plataformas colaborativas presentan rasgos que permiten dudar del riesgo de abusos de posiciones de dominio, por ejemplo, no presentan insuperables barreras de entrada, es más, no requiere grandes inversiones ni un desconsiderado coste inicial. Además los efectos de red indirectos que presentan las plataformas colaborativas suelen agotarse alcanzado cierto punto, como en el caso de Uber que requiere un mínimo de vehículos activos para garantizar breves tiempos de espera. Sin ir más lejos, las grandes plataformas colaborativas tienen bastante competencia, a parte del taxi entre ellos también existe mucha competitividad, por ejemplo, en nuestro país Uber compite de manera directa con Cabify.

Dado que forman parte de un mercado multilateral tampoco pueden realizar comportamientos abusivos porque romperían el equilibrio existente entre prestadores y receptores del servicio, que es el principio en que se basa la red de externalidades indirecta. Además los costes de migrar a otro prestador son muy reducidos ya que pueden registrarse y usar varias plataformas al mismo tiempo (multihoming).

Finalmente, la evolución tecnológica resulta tan rápida, que posiciones de dominio firmes pueden verse disueltas en breves plazos de tiempo a causa de la aparición de nuevas tecnologías y modelos de negocio que desplacen a las plataformas colaborativas.

### C. Protección de datos

En último lugar, pero no menos importante, es la adecuada protección de los datos personales<sup>41</sup> de los usuarios de las plataformas electrónicas (art.4.1) regulada por LO 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal (LOPD), y a nivel europeo por el Reglamento general de protección de datos 2016/679 (RGPD). Las plataformas tienen acceso a múltiples datos personales, en especial datos sobre la identidad de los usuarios, datos bancarios para la gestión de pagos de los servicios, datos sobre la localización de los usuarios y sus desplazamientos a lo largo del tiempo, así como datos generados por el propio uso de la plataforma y sus perfiles de consumo del servicio. Estos datos son demasiado importantes y merecen una adecuada protección que cumpla con los principios establecidos en el artículo 5 del RGPD.

## 2.2. LOS PRESTADORES DE SERVICIOS

---

<sup>41</sup> Entiende por «datos personales»: toda información sobre una persona física identificada o identificable («el interesado»); se considerará persona física identificable toda persona cuya identidad pueda determinarse, directa o indirectamente, en particular mediante un identificador, como por ejemplo un nombre, un número de identificación, datos de localización, un identificador en línea o uno o varios elementos propios de la identidad física, fisiológica, genética, psíquica, económica, cultural o social de dicha persona.

### 2.2.1. Concepto de prestador de servicios

En el tema que nos concierne es de crucial importancia distinguir entre una plataforma colaborativa y un prestador de servicios. La plataforma es un mero intermediario mientras que el prestador del servicio es un tercero independiente.

El concepto de “prestador” debe abarcar toda persona física con la nacionalidad de un Estado miembro o toda persona jurídica que ejerza una actividad de servicios, ya sea acogándose a la libertad de establecimiento o a la libre circulación de servicios. Por tanto, no se limita únicamente a los casos en que el servicio se presta a través de las fronteras en el marco de la libre circulación de servicios, sino que también incluye los casos en que un operador se establece en un Estado miembro para desarrollar en él actividades de servicios<sup>42</sup>. Este concepto incluye cualquier actividad económica independientemente de su frecuencia y de su profesionalidad, es decir, incluye las actividades realizados por prestadores entre pares<sup>43</sup>.

El prestador de servicios tiene dos funciones, por una parte, concluye un contrato de mediación con la plataforma, y por otra parte, concluye un servicio con el consumidor, siendo el principal responsable de dicho servicio bien sea de alojamiento, transporte, financiero, etc.

Las condiciones del servicio son impuestas por los prestadores, es decir, deciden qué días y en qué horario quieren ofrecer su servicio. Las plataformas, centrándonos únicamente en las que actúan como intermediarias, aquí no tienen capacidad de elección, pero si bien es cierto que sugieren ciertos comportamientos en la forma de pago o de privilegios que favorezcan al prestador que se adapte a las estrategias que quiera seguir dicha plataforma colaborativa, por ejemplo, es la plataforma quien se encarga de gestionar el cobro pero lo hace en nombre del prestador.

En cuanto al precio, normalmente es el prestador quien lo fija pero en ocasiones, como es el caso de Uber la plataforma fija unos precios máximos que pueden ser modificados a la baja por mutuo acuerdo entre prestadores y usuarios.

### 2.2.2. Prestador de Servicios Profesional. Relaciones business to consumer (B2C).

Tradicionalmente los que prestaban servicios como profesionales eran particulares que ofrecían servicios a los usuarios por vías convencionales, pero actualmente hacen uso de las plataformas colaborativas para la comercialización de sus servicios<sup>44</sup>, por ejemplo, los taxistas antes esperaban

---

<sup>42</sup> DIRECTIVA 2006/123/CE DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 12 de diciembre de 2006 relativa a los servicios en el mercado interior.

<sup>43</sup> COMITÉ EUROPEO DE LAS REGIONES (9.6.2017): *Dictamen sobre economía colaborativa y plataformas en línea: una visión compartida de ciudades y regiones*. COM (2016) 356 final.

<sup>44</sup> MONTERO PASCUAL, J.J. (2017).

en un punto y tu acudías a ellos o llamabas por teléfono e iban a por ti, pero ahora hay plataformas informáticas como “Mytaxi”<sup>45</sup> que con solo hacer un click el taxista viene a por ti e incluso pagas a través de la app sin necesidad de llevar efectivo.

El término “business-to-consumer” o “business-to-peer” hace referencia a aquellos negocios que desarrollan actividades empresariales que van dirigidas directamente al consumidor, y éstas tienen similitudes con las empresas tradicionales en cuanto a la forma de obtener ingresos<sup>46</sup>. Un ejemplo de este tipo de prestador de servicios es Zipcar<sup>47</sup>, una empresa que alquila automóviles directamente al consumidor final durante algunas horas o por un día, con precios mucho más económicos y con combustible y seguro incluidos. Algunos estados miembros consideran que estos servicios tienen la finalidad exclusiva de obtener ingresos, es decir, obtener una remuneración económica a cambio de prestar el servicio, por el contrario, consideran que los servicios entre pares lo hacen por compensar gastos.

Según 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, los prestadores de servicios no deben estar sujetos a requisitos de acceso al mercado tales como requisitos para la concesión de licencias, para regímenes de autorización o requisitos de calidad mínima (art. 9 y 16). Los encargados de garantizar que estos requisitos de acceso al mercado sigan estando justificados por un objetivo legítimo son las autoridades nacionales mediante la revisión de la legislación nacional de cada Estado miembro. No hay una regulación general para todos los sectores sino que depende del sector, además según el tipo de servicio la intervención reglamentaria puede centrarse en: la protección de los turistas, la protección de la salud pública, la lucha contra la evasión fiscal, garantizar la seguridad pública, etc<sup>48</sup>.

Dada la novedad del concepto, la regulación normativa contempla lagunas, pero tal como destaca la Comisión en su Estudio Prospectivo Anual sobre el Crecimiento para 2016, una regulación flexible de los servicios dará lugar a un aumento de la productividad, a la posibilidad de entrada al mercado de nuevos agentes, a una reducción en el precio de los servicios y a garantizar un mayor abanico de posibilidades de elección para el consumidor<sup>49</sup>.

Cabe destacar que una regulación flexible, es una regulación no restrictiva donde no caben las prohibiciones absolutas, sino que requiere de una legislación de mínimos, que las autoridades nacionales deben tener en consideración las características específicas del modelo de negocio, y a su vez unos instrumentos mínimos necesarios para mitigar las preocupaciones de

---

<sup>45</sup> Mytaxi es una plataforma que trabaja exclusivamente con taxistas que disponen de su propia licencia y ejerce de mediador entre el taxista y el consumidor del servicio, disponible en:

<https://es.mytaxi.com/index.html>

<sup>46</sup> MÉNDEZ PICAZO, M.T y M. S. CASTAÑO MARTÍNEZ (2016).

<sup>47</sup> Zipcar es una empresa estadounidense que basa su negocio en el “car sharing”.

<sup>48</sup> Comisión Europea (2.6.2016): Comunicación [...] sobre una Agenda... cit.

<sup>49</sup> COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN (26.11.2015): *Estudio Prospectivo Anual sobre el Crecimiento para 2016 Refuerzo de la recuperación y fomento de la convergencia*. COM (2015) 0690 final.

consumidores en relación con el acceso, la calidad, o la seguridad<sup>50</sup>. Por ejemplo, para proporcionar una buena calidad del servicio se debe vigilar que el sistema de calificación sea correcto y que las opiniones acerca del servicio sean ciertas, no que sean ellos mismos bajo un pseudónimo falso quienes se comenten de manera positiva, porque de esta forma podremos reducir la asimetría de la información y aumentar la confianza de los consumidores.

Por eso cobra mucha importancia la autorregulación ya que para los prestadores de servicios puede ser un instrumento de interés en este negocio pudiendo llegar a sustituir alguna de las obligaciones que tradicionalmente se les impone a estos agentes.

### **2.2.3. Prestador de Servicios particulares. Relaciones “Peer to peer” (P2P).**

Este tipo de servicios también denominado entre iguales está caracterizado por la posibilidad de que cualquier persona física pueda prestar servicios entre pares de manera ocasional sin necesidad de ser profesional, y lo convierte en uno de los aspectos novedosos de la economía colaborativa<sup>51</sup>.

El término “peer-to-peer” se refiere a que a través de las plataformas colaborativas ponen en contacto usuarios para que desarrollen actividades entre iguales<sup>52</sup>.

La legislación de la UE no establece cuando un par se convierte en un prestador de servicios profesional en la economía colaborativa, sino que son los propios Estados miembros quienes distinguen entre servicios profesionales y servicios entre pares<sup>53</sup>. Un prestador de servicio entre pares debe ser considerado un comerciante y para ello deben darse las siguientes condiciones<sup>54</sup>:

- Frecuencia de los servicios: cuanto mayor es la frecuencia de los servicios que prestan mayor posibilidades de que sea considerado un comerciante.
- Fin lucrativo: aquellos prestadores que reciben una remuneración superior a los costes tienen un fin lucrativo.
- Nivel de volumen de negocio: cuanto mayor sea el volumen de negocio generado por el prestador mayor posibilidades de que sea considerado un comerciante.

Ante esta situación algunos Estados miembros plantean reducir las barreras de entrada para los particulares estableciendo umbrales teniendo en cuenta el nivel de ingresos que ha generado la actividad y la regularidad con la

---

<sup>50</sup> Comisión Europea (2.6.2016): *Comunicación [...] sobre una Agenda...* cit.

<sup>51</sup> MONTERO PASCUAL, J.J. (2017).

<sup>52</sup> MÉNDEZ PICAZO, M.T. y M.S. CASTAÑO MARTÍNEZ (2016).

<sup>53</sup> Comisión Europea (2.6.2016): *Comunicación [...] sobre una Agenda...* cit.

<sup>54</sup> Ibid.

que prestan el servicio, entonces si por ejemplo, no superas un determinado número de días arrendando tu propiedad no tendrás que pagar impuestos<sup>55</sup>.

En el caso de Blablacar, es un particular quien oferta plazas de su coche para reducir los gastos que conlleva el viaje ya que él lo va a realizar igualmente. Estos viajes suelen ser interurbanos de una ciudad a otra y en este caso la plataforma de Blablacar se queda con un 20% del precio fijado por el conductor y quién lo paga es el consumidor del servicio.

La realidad es que esto lleva pasando toda la vida ya que en una misma familia o algún conocido si alguien iba de viaje al mismo sitio aprovechaban y compartían el coche y los gastos del viaje, pero la novedad radica en el alcance que permiten estas plataformas ya que facilita la búsqueda de una mayor demanda, que generalmente son desconocidos y se enteran de la oferta puntual del conductor debido al anuncio expuesto en la plataforma. Por tanto, se puede hablar de un gran aumento en el número de usuarios de dichas plataformas y una reducción en los costes de transacción.

En 2016, el 32% de ciudadanos europeos han visitado plataformas colaborativas y prestado sus servicios al menos una vez, y el 18% lo hace una vez cada pocos meses a través de dichas plataformas<sup>56</sup>, como consecuencia el abanico de prestadores es cada vez más amplio y a su vez estos prestadores se convierten al mismo tiempo en consumidores y es así como nace la figura del "prosumidor"<sup>57</sup>.

El prosumidor no está solo presente en el sector del alojamiento y del transporte sino que se ha extendido a otros sectores como el financiero o el audiovisual.

Esta nueva figura difiere del particular tradicional que presta sus servicios y cumple con las obligaciones de darse de alta como autónomos, pagar sus correspondientes cuentas en la Seguridad Social, pagar periódicamente el Impuesto sobre el Valor Añadido y el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, por el contrario, el prosumidor actúa al margen de la legalidad lo cual genera mucha incertidumbre acerca de las obligaciones que les corresponden<sup>58</sup>.

## 2.3. LOS CONSUMIDORES

### 2.3.1. Concepto de consumidor

Uno de los principales elementos para el engranaje de este modelo de negocio son los consumidores, aquellas personas que utilizan estos servicios y que sin ellos nada sería posible.

---

<sup>55</sup> Comisión Europea (2.6.2016): *Comunicación [...] sobre una Agenda...* cit.

<sup>56</sup> FLASH EUROBAROMETER 438 (June 2016): *The use of Collaborative platforms.*

<sup>57</sup> MONTERO PASCUAL, J.J. (2017)

<sup>58</sup> MONTERO PASCUAL, J.J. (2017).

Entendido por consumidor como cualquier persona física que actúa con un propósito ajeno a su actividad económica, negocio o profesión (Directiva 2000/31/CE)<sup>59</sup>.

Según el TRLGDCU, son consumidores o usuarios las personas físicas o jurídicas que actúan en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional (art. 3). Bajo esta ley quedan protegidos los consumidores con respecto a la plataforma, por el contrario, cuando se trate de relaciones entre consumidores no hay aplicación de la normativa de consumidores.

### **2.3.2. Regulación de defensa o protección de los consumidores**

Anteriormente a la entrada de la economía colaborativa existía un claro desequilibrio entre prestadores de servicios y consumidores, ya que los primeros imponían las condiciones que querían y además los consumidores tenían mucha menos información con lo cual no tenían opción, o aceptaban esas condiciones o las rechazaban y se quedaban sin poder disfrutar del servicio.

Con la entrada de la economía colaborativa todo esto ha dado un giro muy considerable ya que ahora existe un gran número de prestadores de servicios que pueden ser profesionales o particulares, con lo cual la competencia entre ellos ha aumentado y los precios han disminuido y consecuentemente los consumidores se han visto claramente beneficiados al tener mucha más capacidad de imponer condiciones.

Actualmente, cada vez hay más información disponible para el consumidor, que gracias a las tecnologías de la información y al mercado como tal en el que nos movemos ha aumentado con creces. Tenemos acceso a información de terceros sobre el prestador, es decir, opiniones de otras personas que han consumido el servicio en el pasado ya sean buenas o malas, normalmente se hace con puntuaciones.

Y finalmente, facilitamos mucha información personal para acceder a la plataforma que si no es tratada con control y seguridad por parte de estas, estamos completamente expuestos.

Todos estos instrumentos generan una protección que hace que exista ese equilibrio entre prestadores y consumidores de los servicios. Por todo esto hay que analizar la normativa que protege a estos consumidores.

En el ámbito comunitario el texto normativo que regula la tutela del consumidor viene recogido en la Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de octubre de 2011 sobre los derechos de los consumidores<sup>60</sup>. La norma básica de trasposición del derecho de tutela a consumidores en nuestro derecho interno es el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, que aprueba el Texto Refundido de la Ley General para la

---

<sup>59</sup> Véase el art. 3 del TRLGDCU.

<sup>60</sup> Modifica la Directiva 93/13/CEE del Consejo y la Directiva 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y se derogan la Directiva 85/577/CEE del Consejo y la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo.



Defensa de los Consumidores y Usuarios. La ley de consumidores ha sido recientemente reformada por la Ley 3/2014, de 27 de marzo<sup>61</sup>.

Es importante distinguir entre comerciante y consumidor. El comerciante es una persona que actúa con un propósito relacionado con su actividad económica, negocio, oficio o profesión, mientras que el consumidor es aquella persona que actúa con un propósito ajeno a su actividad económica o profesión<sup>62</sup>.

Esta legislación es de aplicación para todas aquellas plataformas colaborativas que reúnan dos requisitos: que sea considerada un comerciante y que participe en prácticas comerciales. Por el contrario, no es de aplicación para aquellas transacciones entre consumidores<sup>63</sup>.

Para hablar más detalladamente sobre la regulación que existe acerca de la protección de los consumidores hay que centrarse en cuatro aspectos: el acceso a la plataforma, transparencia, responsabilidad y reputación.

### **2.3.2.1. Acceso a la plataforma**

El instrumento más importante de protección a los consumidores es el control de acceso a la plataforma ya sea mediante control del documento nacional de identidad, licencia, el carné de conducir o correo electrónico con contraseña, etc., es decir, aportando datos personales.

A nivel comunitario, las normas de protección de datos se incluyen en la Directiva 95/46/CE<sup>64</sup>, texto legal que ha sido objeto de reforma a través del Reglamento general de protección de datos (UE) 2016/679, que será de aplicación a partir del 25 de mayo de 2018. La finalidad de este Reglamento es favorecer el crecimiento de la economía digital protegiendo el derecho fundamental de los ciudadanos a mantener la privacidad de sus datos. La normativa nacional es la Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal<sup>65</sup>.

El 72% de los consumidores expresó su preocupación por la información que se recoge de ellos o de sus actividades<sup>66</sup>.

Además, las plataformas colaborativas podrían obligar a los prestadores de servicios a contratar seguros más específicos y completos que cubran actividades que los seguros tradicionales no lo hacen.

---

<sup>61</sup> La Ley 3/2014 se promulga para incorporar el contenido de la Directiva 2011/83/UE a nuestro Derecho interno.

<sup>62</sup> Comisión Europea (2.6.2016): *Comunicación [...] sobre una Agenda...* cit.

<sup>63</sup> Ibid.

<sup>64</sup> Se complementa con la Directiva 2002/58/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de julio de 2002, relativa al tratamiento de los datos personales y a la protección de la intimidad en el sector de las comunicaciones electrónicas, modificada por la Directiva 2006/24/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de marzo de 2006, sobre la conservación de datos generados o tratados en relación con la prestación de servicios de comunicaciones electrónicas de acceso público o de redes públicas de comunicaciones.

<sup>65</sup> Más detalladamente explicado en el apartado 2.4.4.

<sup>66</sup> SPECIAL EUROBAROMETER 447 (June 2016): *Online Platforms*.

### 2.3.2.2. Transparencia

Para proteger a los consumidores a la hora de contratar un servicio de la economía colaborativa se exige transparencia por todas las personas que intervienen ya sea cuando se identifican o durante la intervención.

No obstante, la especial organización de los mercados multilaterales puede recomendar una específica obligación de identificar de forma más específica la identidad del prestador del servicio subyacente así como la de la plataforma colaborativa y consecuentemente las obligaciones que asume cada una de las partes.

En el caso de Airbnb, por ejemplo, se exige total transparencia en cuanto a la descripción del alojamiento, el usuario que vaya a contratar este alojamiento quiere que las fotos y la descripción del sitio sean ciertas, no por el contrario, llegar allí y encontrarse un lugar totalmente distinto al que se esperaban.

Otro caso es el de Uber o Cabify, donde aquí tienes información antes de contratar el servicio, por ejemplo, el precio del trayecto y durante su prestación, acerca del recorrido que está siguiendo el conductor y el tiempo estimado de duración del recorrido.

### 2.3.2.3. Responsabilidad

El régimen de responsabilidad al que están sujetos actualmente los prestadores de servicios fue concebido en una época en que las plataformas colaborativas no tenían todavía ni la dimensión ni las características que presentan hoy<sup>67</sup>. Las plataformas colaborativas se han beneficiado de este régimen ya que estaban exentas de responsabilidad, por ser simplemente mediadoras, facilitando así su expansión.

Como en la actualidad se opera en mercados multilaterales, la Comisión propone para las plataformas en línea extender la responsabilidad ya que resulta más sencillo y eficiente acudir a las plataformas electrónicas para exigir responsabilidad por la prestación de servicios subyacentes que acudir al concreto prestador del servicio. Es más fácil identificar la identidad de la plataforma y no del prestador que puede ser un particular.

La ampliación de la responsabilidad para las plataformas generaría una mayor confianza a los consumidores ya que tendrían una mayor garantía de resarcimiento en caso de que hubiera daños. Ante esto algunas plataformas como BlaBlaCar o Airbnb empiezan a contratar seguros que cubren a los receptores de servicios de daños en la prestación de los mismos.

Teniendo en cuenta todo esto, la Comisión propone para estas plataformas un régimen de responsabilidad equilibrado y previsible, que no pretende modificar lo establecido legalmente ya que supondría un cambio decisivo en el modelo de negocio de las plataformas. Así que la medida que

---

<sup>67</sup> Comisión Europea (25.5.16): *Comunicación [...] sobre las plataformas en línea...cit.*

toma es incrementar los incentivos para que las plataformas en línea hagan esfuerzos de autorregulación coordinados a escala de la UE<sup>68</sup>.

### 2.3.2.4. Reputación

Por último, la reputación es un factor que influye en gran medida a la hora de decidir sobre que alojamiento o que conductor escoger. Se mide mediante un mecanismo que funciona como parámetro en el contexto de consumo colaborativo.

La Comisión europea reconoce<sup>69</sup> que este tipo de mecanismos de reputación contribuye a unos servicios de mayor calidad permitiendo así reducir la necesidad de realizar políticas regulatorias siempre que sea posible contralar la validez y fiabilidad de los comentarios y valoraciones no permitiendo que se falseen.

En Blablacar, por ejemplo, cuando realizas un viaje puedes puntuar del 1 al 5 al conductor que te ha desplazado, de esta forma facilitas a los próximos consumidores su elección a la hora de escoger un prestador para dicho servicio. La puntuación es un instrumento de protección para los usuarios, ya no sólo para los consumidores si no para los prestadores del servicio debido a que ellos también califican a sus consumidores con lo cual si un consumidor tiene malas opiniones quizá el próximo conductor no quiera meterlo en su coche.

Lo mismo sucede con Airbnb, donde el arrendador del apartamento puede evaluar a sus hospedantes y puede influir en que otro propietario decida meterlos en su casa o no para la próxima vez.

Por tanto, las evaluaciones y las calificaciones, junto con los requisitos legales, pueden ser un factor importante para garantizar a los consumidores la confianza y la protección, y las plataformas tienen que esforzarse por luchar contra las falsas evaluaciones<sup>70</sup>. Los encuestados en la consulta pública reconocieron que las reseñas falsas causan una gran pérdida de confianza por parte de los consumidores.

El problema es que hay indicios de que numerosos prestadores escriben comentarios bajo otra identidad a sí mismos para obtener buenas puntuaciones y puede que se aleje de la realidad, y por el contrario, hay prestadores que escriben opiniones negativas a sus competidores para perjudicarles y que los usuarios de los servicios no opten por contratarles y así beneficiarse ellos mismos. Esto supone infringir la ley ya que genera posiciones de dominios y conductas desleales al resto de competidores<sup>71</sup>.

Esto es muy difícil de controlar por ello el legislador propone desarrollar normas de carácter complementario con la finalidad de eliminar los riesgos ya comentados.

---

<sup>68</sup> Ibid.

<sup>69</sup> Comisión Europea (2.6.2016): *Comunicación [...] sobre una Agenda... cit.*

<sup>70</sup> COMITÉ EUROPEO DE LAS REGIONES (9.6.2017): Dictamen sobre la economía colaborativa...cit.

<sup>71</sup> Explicadas en el apartado 2.1.4. del presente trabajo

## CAPÍTULO 2

**CAPÍTULO 3:  
LA ECONOMÍA  
COLABORATIVA EN EL  
SECTOR DEL ALOJAMIENTO**

## CAPÍTULO 3

### 3.1. INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN EL SECTOR DEL ALOJAMIENTO

Uno de los tres principales sectores en los que la economía colaborativa tiene un mayor impacto, tanto en términos de entrada de nuevos agentes como en términos de inversión, es el sector del alojamiento temporal o turístico<sup>72</sup>.

El consumo colaborativo en el sector del alojamiento turístico está experimentando un auge imparable en los últimos siete años, ofreciendo una alternativa diferente a los sistemas tradicionales de hospedaje<sup>73</sup>.

Internet y las nuevas tecnologías han modificado el concepto de alquiler de viviendas para uso turístico (VUT) y la novedad con respecto al concepto tradicional radica en la reducción de información asimétrica que existía entre las partes ya que actualmente disponen de más datos sobre el alojamiento contratado. Este acceso a la información ha dado lugar a la creación de un auténtico y pujante mercado de viviendas de uso turístico, organizado mediante plataformas o sitios webs que, actuando de mediadores, conectan a oferentes y demandantes para el alquiler de viviendas enteras o por habitaciones<sup>74</sup>. Además permite reducir los costes de búsqueda debido a la gran oferta de viviendas de particulares de la que disponen los usuarios en términos de localización, calidad y precios<sup>75</sup>.

La irrupción de este tipo de alquileres turísticos está dando lugar a cambios regulatorios por parte de las administraciones públicas debido a la gran incertidumbre existente, y el gobierno de cada Estado miembro ha reaccionado de diferente manera ante este fenómeno. Unos han decidido flexibilizar restricciones existentes para acoger este tipo de alojamientos en el mercado, y otros, han optado por restringir la oferta de estas viviendas de uso turístico, como están haciendo actualmente las CC.AA. españolas. Desde la UE se pretende paliar este problema y conseguir una legislación más homogénea entre todos los estados miembros<sup>76</sup>.

Además este tipo de alquiler sobrepasa ya el nivel turístico por ello hay que analizar este fenómeno desde varias perspectivas, ya no solo la económica, que es la principal, sino también la urbanística ya que se está transformando la finalidad principal por la que se creó y actualmente estas plataformas P2P se usan para obtener una rentabilidad económica.

#### 3.1.1. Definición y delimitación del sector

El turismo es un sector de gran importancia para la economía española. En el año 2015 alcanzó un valor añadido bruto de 119.011 millones de euros y

---

<sup>72</sup> CNMC (2016).

<sup>73</sup> HERRERO SUÁREZ, C. (2017).

<sup>74</sup> Ibid.

<sup>75</sup> CNMC (2016).

<sup>76</sup> Comisión Europea (2.6.2016): *Comunicación [...] sobre una Agenda...* cit.

2.490.000 puestos de trabajo, lo que representa respectivamente el 11,1% del PIB y el 13% del total de empleos en la economía española<sup>77</sup>.

Dentro del sector de turismo hay cuatro subsectores: la restauración, el transporte de viajeros, el alojamiento y las agencias de viajes. El subsector de alojamiento turístico representa el 18,6% en términos de cifra de negocios y un 19% en términos de empleo<sup>78</sup>.

El alojamiento turístico es también conocido como alojamiento colaborativo, por el que un particular cede un sofá, una habitación o el piso completo a otra persona a cambio de una contraprestación económica, o de forma gratuita, y ambas partes se ponen en contacto a través de una plataforma colaborativa, P2P.

La definición de Guillén e Iñiguez dice que el consumo colaborativo en el sector del alojamiento se basa en la idea de compartir una propiedad facilitando el acceso a la misma a otros usuarios, ya sea de forma gratuita o pagando<sup>79</sup>.

Este concepto cambia radicalmente el concepto de turismo, ya que lo hace asequible para todos debido a que no necesariamente tienes que pagar un hotel sino que se ofrece la posibilidad de alojarte en casa de un desconocido a cambio de un precio más barato.

Este turismo P2P es una nueva tendencia que está revolucionando el mundo de viajar, y el alquiler de este tipo de viviendas se está viendo incrementado por las nuevas tecnologías de la información y los viajes low cost<sup>80</sup> que han implantado empresas como Ryanair, entre otras<sup>81</sup>.

El turismo ha pasado de ser una cuestión de cantidad, de viajes y experiencias compartidas, y no de calidad. Por norma general, preferimos viajar más barato sin importarnos tanto la comodidad pero poder visitar muchos más lugares.

El alojamiento colaborativo P2P surgió hacia el 2008 cuando los viajeros comenzaron a comprar paquetes turísticos a través de las plataformas online, donde podían comparar precios y escoger, dentro de un amplio abanico de opciones, el paquete con el precio más asequible para su bolsillo. Dadas las circunstancias de la sociedad durante la crisis económica este tipo de plataformas supuso un gran cambio para el turismo que permitía a los turistas alojarse por menores precios ofreciendo alternativas diferentes a los hoteles.

### 3.1.2. Tipos de plataformas

Las plataformas colaborativas tienen la finalidad de poner en contacto a los propietarios de un lugar de destino demandado por los viajeros interesados

---

<sup>77</sup> Datos del INE: Cuenta Satélite del Turismo de España. Base 2010 Serie 2010-2015

<sup>78</sup> Ibid

<sup>79</sup> GUILLÉN NAVARRO, N. A. y T. ÍÑIGUEZ BERROZPE (junio 2016).

<sup>80</sup> Viajes de bajo coste.

<sup>81</sup> MONTERO PASCUAL, J. J. (2017).



en visitarlo. Existen dos modalidades de turismo peer to peer: gratuitas y de pago.

- Plataformas gratuitas:

La plataforma de alojamiento gratuita más conocida es la “Couchsurfing” que nació en San Francisco en el año 2004 como una organización sin ánimo de lucro y se consolidó como empresa con ánimo de lucro en 2011. La finalidad de esta plataforma es poner en contacto al propietario del alojamiento, quien cede el sofá, con el interesado, quien demanda un lugar donde alojarse para su estancia. La particularidad es que el propietario cede el sofá de forma totalmente gratuita<sup>82</sup>.

Actualmente esta plataforma tiene presencia en 230 países y cuenta con 10 millones de usuarios, casi el triple que hace tres años. Cada año 400.000 anfitriones hospedan a 4 millones de viajeros<sup>83</sup>.

El problema de esta plataforma es que al convertirse en una organización con ánimo de lucro ha perdido la verdadera esencia por la que surgió, y los inversores se han apropiado del trabajo voluntario y las donaciones creando un ambiente de malestar entre sus usuarios más fieles quienes han decidido cerrar sus perfiles e irse a otras plataformas como BeWelcome<sup>84</sup>.

- Plataformas de pago:

Las plataformas de pago ponen en contacto al propietario del alojamiento quien alquila su vivienda o parte de ella a cambio de una remuneración económica., con el usuario, quien demanda un lugar donde hospedarse.

La principal plataforma online de alojamiento compartido a cambio de una contraprestación económica es Airbnb. Fue fundada en San Francisco en 2008, y su finalidad es poner en contacto a aquellas personas que ofrecen alojamiento en sus apartamentos a cambio de dinero con aquellas que necesitan un lugar donde dormir pero prefieren gastarse menos dinero que acudiendo a un hotel. Además los usuarios de Airbnb califican al propietario y viceversa con lo cual los usuarios pueden elegir aquel apartamento con mejores referencias.

Actualmente esta plataforma cuenta con más de 35 millones de viajeros y abarca más de 34.000 ciudades. En 2016, 5,4 millones de personas se alojaron en España a través de Airbnb, una cifra mayor que la de los seis años anteriores. En cuanto a los españoles alojados a través de Airbnb han sido 2,8

---

<sup>82</sup> <https://www.couchsurfing.com/#how-it-works>

<sup>83</sup> Ibid.

<sup>84</sup> Es una organización sin ánimo de lucro cuyo objetivo es ofrecer un sitio donde dormir a cualquier persona, cualquiera pueda ceder de forma gratuita una cama o un sofá a cualquier turista que no quiera o no pueda gastarse dinero en un hotel. Todos los que trabajan son voluntarios y se sustentan de las donaciones que aporta cualquier persona o entidad.

## CAPÍTULO 3

millones el doble que en 2015<sup>85</sup>. Su volumen de negocio crece exponencialmente a medida que pasan los meses.

En los últimos años, a parte Airbnb, han surgido numerosas web P2P dedicadas al alquiler de VUT, concretamente existen más de 20.000 webs, como Homeaway, Wimdu, Niumba, etc.

Los modelos de gestión de Alojamiento temporal P2P de las VUT pueden ser: modelo de pago por anfitrión, por alojados, mixto y sin ánimo de lucro. En el caso del anfitrión es el propietario el que realiza un desembolso, en el segundo, el alojado es quien paga una comisión, en el mixto pagan comisión ambas partes, y por último, el modelo de sin ánimo de lucro no cobra comisión por el servicio de poner en contacto a ambas partes.

### **3.2. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR**

#### **3.2.1. Caracterización de la oferta**

En el caso que nos concierne, el sector del alojamiento colaborativo, los oferentes son los prestadores del alojamiento, los demandantes son los usuarios finales que necesitan el servicio y la plataforma es el intermediario que conecta a ambos.

Existe una amplísima variedad de establecimientos que ofrecen este servicio y la clasificación de las mismas es un poco ambigua y depende de la normativa turística competencia de cada comunidad autónoma.

La CNMC establece la siguiente clasificación:

---

<sup>85</sup> “5,4 millones de viajeros usaron Airbnb para alojarse en España en 2016, un 82% más” Periódico digital 20minutos, disponible online en: <http://www.20minutos.es/noticia/2961840/0/airbnb-espana-2016-mas-5-millones-usuarios-82-mas/>

**Tabla 3.1. Tipos de alojamientos**

<b>Hoteles</b>	Ofrecen alojamiento turístico y otros servicios complementarios, ocupan la totalidad de un edificio o parte independizada del mismo, entradas de uso exclusivo, y cumplen con una serie de requisitos técnicos mínimos establecidos en la regulación.
<b>Apartahoteles</b>	Reúnen las características propias de los hoteles, y además, disponen dentro de cada habitación de instalaciones adecuadas para la conservación, elaboración y consumo de alimentos.
<b>Hostal</b>	Ofrecen alojamiento turístico en habitaciones y otros posibles servicios complementarios, no alcanzan los niveles y requisitos requeridos para ser considerados hotel.
<b>Apartamentos turísticos</b>	Establecimientos constituidos en edificios o conjuntos contiguos formados en su totalidad por apartamentos o estudios, como establecimiento único o como unidad empresarial de explotación, con los servicios turísticos correspondientes.
<b>Viviendas de uso turístico</b>	Viviendas cedidas por su propietario, directa o indirectamente, a terceros, a cambio de contraprestación para una estancia temporal.
<b>Camping</b>	Ofrecen alojamiento mediante la puesta a disposición de superficies destinadas a acampar, pudiendo contar con una serie de servicios complementarios a sus usuarios
<b>Alojamientos Rurales</b>	Ofrecen alojamiento turístico y otros posibles servicios complementarios, situándose en un medio rural dentro de núcleos de población de un tamaño limitado, con una serie de características establecidas en la normativa y que cumplen con unos requisitos de tranquilidad e integración en el paisaje.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la CNMC.

Dentro de todas las opciones posibles para alojarse nos centramos en las viviendas de uso turístico ya que son aquellas que se engloban en la economía colaborativa.

España es el tercer país en la UE con mayor oferta de alojamiento turístico, alcanza los 3,5 millones de plazas que representan el 11,3% del total de plazas en la UE, le superan Francia con 16,5% del total e Italia con 15,6%<sup>86</sup>.

A continuación se muestran la distribución de estas plazas en función del tipo de oferente.

<sup>86</sup> Eurostat.

**Tabla 3.2. Distribución de las plazas ofertadas por tipo de alojamiento.**

SEPTIEMBRE 2017	Establecimientos abiertos estimados	Plazas medias estimadas	Grado de ocupación
Hoteles	16.384	1.787.221	69,33%
Apartamentos turísticos	162.197	630.936	42,18%
Alojamientos Rurales	17.031	164.450	20,58%
Campings	1.004	666.142	37,56%
Albergues	225	23.978	28,87%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.

Los establecimientos hoteleros son los que más plazas disponibles tienen y los que más cubren esas plazas, ofertan la mitad de plazas totales de España. El fin de semana se incrementa en un 3%. El segundo que más ocupación tiene son los apartamentos turísticos que hace tres años se posicionaban por detrás de los campings, pero en la actualidad no aunque los campings disponen de más plazas.

Dentro de las plazas que ofertan los apartamentos turísticos no están incluidas las viviendas de uso turístico ya que es muy complicado contabilizarlas, pero sabemos que su oferta es cada vez más abundante y significativa<sup>87</sup>.

No obstante, el estudio *Contexto internacional y nacional. El turismo colaborativo*, establece que en 2015 las principales plataformas P2P ofertaron 589.651 plazas<sup>88</sup>.

Las plataformas P2P que operan en España son las siguientes:

<sup>87</sup> CNMC (2016).

<sup>88</sup> Contexto internacional y nacional (2015): *El turismo colaborativo*.

**Tabla 3.3. Plataformas P2P que operan en España**

<b>Plataformas Colaborativas</b>	<b>Cuota de Mercado</b>
<b>Airbnb</b>	27%
<b>HomeAway</b>	24%
<b>Niumba</b>	14%
<b>Wimdu</b>	12%
<b>Housetrip</b>	8%
<b>Rentalia</b>	6%
<b>BeMate</b>	5%
<b>VacacionesEspaña</b>	3%
<b>OnlyApartments</b>	1%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del CNMC.

Las tres principales plataformas colaborativas representan el 65% del mercado en España, y más de la mitad de los alojamientos ofertados en España por estas plataformas, concretamente el 61,6 % fue en Andalucía (22,3%), Cataluña (21,8%) y Baleares (17,5%)<sup>89</sup>.

### **3.2.2. Caracterización de la demanda**

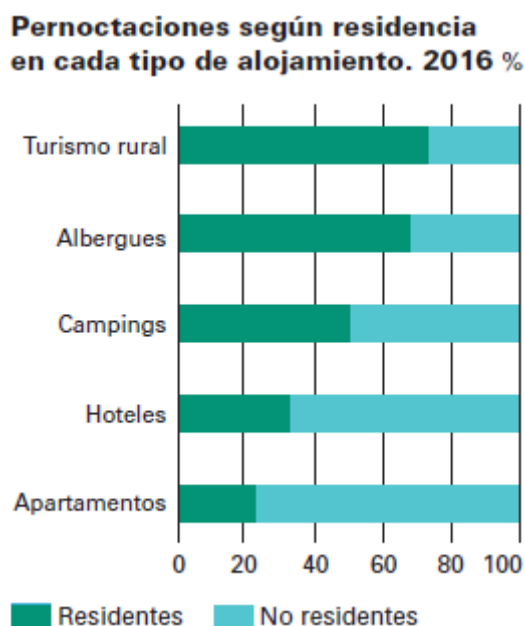
Para la existencia de unos oferentes tiene que haber unos demandantes que quieren consumir dicho servicio, es decir, los viajeros que necesiten un alojamiento donde instalarse en su visita.

En 2016 las pernoctaciones en alojamientos turísticos<sup>90</sup> en España superan los 453,7 millones, aumentando un 7,5% con respecto a 2015<sup>91</sup>.

<sup>89</sup> CNMC (2016).

<sup>90</sup> Alojamientos turísticos: hoteles, apartamentos turísticos, alojamientos rurales, campings y albergues.

<sup>91</sup> INE (2017): "España en cifras".

**Figura 3.1. Pernoctaciones según residencia en cada tipo de alojamiento.**

Fuente: INE (2017): "España en cifras".

En hoteles y apartamentos la mayor parte de los usuarios son no residentes del país viniendo principalmente de Reino Unido, Alemania y Francia. Por el contrario, en alojamientos rurales, campings y albergues la mayor parte de usuarios son residentes del país.

España es la líder de la UE en recibir un mayor número de pernoctaciones de usuarios no residentes, llegando casi a los 200 millones, llegando al 22% de pernoctaciones totales de la UE<sup>92</sup>.

En cuanto a los turistas internacionales, España recibe en 2016, 75,6 millones, casi 20 millones más que en 2012<sup>93</sup>.

**Tabla 3.4. Tipos de turistas por tipo de alojamiento.**

AÑO 2016

	Viajeros		Pernoctaciones	
	Residentes	No Residentes	Residentes	No Residentes
<b>Hoteles</b>	49.543.245	50.296.787	114.239.133	216.929.812
<b>Campings</b>	4.883.031	2.515.510	18.846.897	17.794.741
<b>Apartamentos</b>	4.149.297	7.559.791	18.319.180	56.491.904
<b>Alojamientos Rurales</b>	2.971.327	662.292	7.354.228	2.567.835
<b>Total</b>	61.546.900	61.034.380	158.759.438	293.784.292
<b>Total</b>	122.581.280		452.543.730	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE.

<sup>92</sup> Ibid.

<sup>93</sup> Análisis del impacto de las viviendas de uso turístico en el distrito centro (2017) elaborado por el Ayuntamiento de Madrid.

Tal como muestra la tabla hay un total de 61 millones de viajeros extranjeros alojados en establecimientos reglados de los cuales 50 millones se alojan en hoteles pero en esta distribución no están incluidos los viajeros alojados en viviendas de uso turístico, que alcanzan los 14,6 millones. El segundo alojamiento más demandado es el de las viviendas de uso turístico por lo que no se puede dudar del alcance de este fenómeno.

En cuanto a los viajeros nacionales hay un total de 61 millones igual que los extranjeros, y la distribución de los turistas por tipo de alojamiento es similar con la excepción de que los residentes se alojan con mayor asiduidad en alojamientos rurales.

### 3.3. REGULACIÓN NORMATIVA APLICABLE AL SECTOR

Para tratar el tema de la regulación que se aplica al sector del alojamiento colaborativo hay que tener en cuenta, en primer lugar, las relaciones jurídicas que se establecen en estos modelos triangulares: la relación entre el usuario y el arrendador de la vivienda la relación entre el propietario de la vivienda y la plataforma, y por último, la relación entre el usuario y la plataforma, en cuanto a comentarios y opiniones de los mismos.

En primer lugar, el servicio que ofrece la plataforma colaborativa del alojamiento es considerado un servicio de la sociedad de la información por lo que debe regirse por la Directiva 2015/1535/UE<sup>94</sup> y la LSSI.

Además estas plataformas ofrecen servicios complementarios por lo que la regulación carece de uniformidad, se queda escasa e incluso ni existente en algunos casos, por ejemplo, el tema de ceder únicamente una parte de la vivienda ni siquiera está contemplado por nuestras normas.

La relación que se establece entre el arrendador y los usuarios finales consistente en la cesión temporal de uso de una vivienda o una parte de la vivienda a cambio de un precio puede, encontrar cabida en una de estas dos modalidades contractuales<sup>95</sup>:

- Puede entenderse como un contrato de arrendamiento de cosas, recogido en el artículo 1543 CC que define como “aquél en el que una de las partes se obliga a dar a la otra el goce o uso de una cosa por tiempo determinado”, es decir, el intercambio de uso por precio.
- Puede encontrar cabida en el denominado contrato de hospedaje cuando la cesión del uso de la vivienda se realiza de forma habitual o profesional y además se complementa con la prestación de servicios adicionales.

---

<sup>94</sup> Véase Capítulo 2.1.3. del presente trabajo.

<sup>95</sup> HERRERO SUÁREZ, C. (2017).

Por estos motivos, es necesario dotar de contenido jurídico a este nuevo fenómeno y se va a tratar a través de la Normativa VUT<sup>96</sup> a nivel estatal, autonómico y local.

### 3.3.1. Normativa nacional de las VUT

Tradicionalmente, las viviendas turísticas se encontraban contempladas en Reales Decretos, hoy derogados, el Real Decreto preconstitucional de 1967, así como, posteriormente en un Real Decreto de 1982, que las definía de forma negativa para distinguirla de los apartamentos turísticos y cuya regulación se dejaba a la libre voluntad de las partes, sin necesidad de notificación por parte del prestador al organismo competente<sup>97</sup>.

La derogación de estas normas determinó que la regulación fuera asumida en exclusiva por las normas civiles: la normativa de arrendamientos urbanos y la normativa turística.

Por este motivo, el arrendamiento de viviendas para uso turístico se regía por la Ley 29/1994, de 24 de noviembre, de Arrendamientos Urbanos (LAU) y se regulaba por la figura del arrendamiento por temporada previsto en el artículo 3 de la LAU cuya regulación básicamente se remite a la libertad de las partes de contratar la vivienda sin requerir autorización previa de la Administración y sin perjuicio de la aplicación supletoria de determinados preceptos de la ley (artículo 4.3 LAU). Esta regulación solo contempla el alquiler de viviendas completas.

La reforma operada por la Ley 4/2013, de 4 de Junio, muy condicionada por la presión del lobby hotelero revierte este panorama, mediante la exclusión expresa de su ámbito de aplicación de los inmuebles de aprovechamiento de uso turístico o viviendas de uso turístico. En este sentido, se excluye "la cesión temporal de uso de la totalidad de una vivienda amueblada y equipada en condiciones de uso inmediato, comercializada o promocionada en canales de oferta turística<sup>98</sup> y realizada con finalidad lucrativa, cuando esté sometida a un régimen específico, derivado de su normativa sectorial"<sup>99</sup> (art. 5.e) LAU).

La justificación de esta modificación se encuentra en el preámbulo de la Ley 4/2013, que argumenta que "en los últimos años se viene produciendo un aumento cada vez más significativo del uso del alojamiento privado para el turismo, que podría estar dando cobertura a situaciones de intrusismo y competencia desleal, que van en contra de la calidad de los destinos turísticos; de ahí que la reforma de la Ley propuesta los excluya específicamente para que queden regulados por la normativa sectorial específica o, en su defecto, se les aplique el régimen de los arrendamientos de temporada, que no sufre modificación".

---

<sup>96</sup> Normativa de Viviendas de Uso Turístico

<sup>97</sup> HERRERO SUÁREZ, C. (2017).

<sup>98</sup> Por canales de oferta turística entendemos agencias de viajes, centrales de reserva, empresas de intermediación y organización de servicios turísticos, incluidos los canales de intermediación virtuales, y la inserción de publicidad en medios de comunicación relacionados con viajes.

<sup>99</sup> CNMC (2016).



Desde el momento de la exclusión de las viviendas de uso turístico del ámbito de aplicación de la LAU, distintas Comunidades Autónomas han propuesto y aprobado sus respectivas normativas para regular el alquiler de viviendas de uso turístico, si bien algunas Comunidades como Cataluña o Baleares ya contaban con regulación específica para este tipo de alojamientos.

### **3.3.2. Normativa autonómica sobre VUT**

La CNMC ha detectado numerosas restricciones, tanto en el momento de acceder al mercado como durante el ejercicio de la actividad, en la normativa autonómica de las viviendas de uso turístico en España. Por tanto, hay que analizar estas restricciones atendiendo a los principios de regulación de economía eficiente, que son: necesidad y proporcionalidad (art. 5 de la Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de Garantía de la Unidad de Mercado). ¿Es realmente necesaria esta medida? ¿Es proporcionada?

#### **A. Declaración responsable a la Administración competente sobre el cumplimiento de una regulación aplicable, de forma previa al inicio de la actividad e inscripción de la vivienda en un registro.**

La exigencia de una declaración responsable frente a la exigencia de una autorización previa supone la eliminación de una barrera de entrada al mercado, y consecuentemente una reducción de costes administrativos y de tiempo (art. 17 de la Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de Garantía de la Unidad de Mercado (LGUM)).

El problema es que determinadas normativas autonómicas, como por ejemplo, el Decreto 79/2014, de 10 de julio, por el que se regulan los apartamentos turísticos y las viviendas de uso turístico de la Comunidad de Madrid (artículo 17), el Decreto 159/2012, de 20 de noviembre, de establecimientos de alojamiento turístico y de viviendas de uso turístico, Normativa Cataluña (artículo 6) y la Ley 8/2012 de Baleares, de 19 de julio, del turismo de las islas baleares (artículo 27), exigen la presentación de la declaración responsable y conjuntamente la inscripción en un registro, lo que condiciona el inicio de la actividad ya que se ralentiza no pudiendo comenzar hasta que haya una aceptación por parte de la Administración.

Sobre esta exigencia la CNMC opina que “supone someter a la actividad de alquiler de viviendas de uso turístico a un régimen de autorización administrativa, de conformidad con los artículos 4.6, 9 y 39 de la Directiva 2006/123, así como los art. 3.8 y 5 de la Ley 17/2009 de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio”.

Esta exigencia va contra los principios de regulación de economía eficiente y es incompatible con la normativa española, la Ley de Garantía de la Unidad de Mercado (LGUM), ya que impide la dinamización del mercado imponiendo obstáculos innecesarios. Precisamente para este tipo de viviendas se recomienda una regulación flexible debido a su innovación y esta carga excesiva de trámites desincentiva la participación en estos nuevos mercados.

Además se opone a la tendencia que se observa en otras ciudades europeas como París, Ámsterdam y Londres que tratan de reducir las barreras administrativas para este tipo de viviendas y, por supuesto, no exigen registro.

### **B. Publicación del número de registro de la vivienda en el Registro de viviendas turísticas de la CCAA correspondiente en toda publicidad que se realice para la comercialización de la vivienda.**

En principio, la publicación del número de registro parece presentarse como una medida beneficiosa para este tipo de viviendas ya que pretende darles una mayor publicidad, pero es una medida de carácter obligatorio. La CNMC expone que “existe un riesgo de que este requisito se utilice para transformar la inscripción en el registro de la CCAA en una autorización habilitante de inicio de la actividad, perdiendo sus características de mero registro informativo”. Es el caso de la Comunidad de Madrid que exige la inscripción en el Registro de Empresas Turísticas de la Dirección General para proceder a su publicidad y se efectuará una vez presentada la declaración responsable de inicio de actividad (art. 17.5 del Decreto 79/2014). Esta exigencia se debe hacer antes de iniciar la actividad con lo cual va en contra de la normativa nacional<sup>100</sup> que intenta eliminar trámites innecesarios.

### **C. Número máximo o mínimo de días de estancia por la que se puede ceder una vivienda de uso turístico.**

El establecimiento de un número de días máximo o mínimo para las VUT supone una restricción injustificada, ya que a otros tipos de alojamientos como hoteles y apartamentos, no se les aplica. Por ejemplo, la Comunidad de Madrid expone que las VUT no podrán contratarse por un periodo inferior a cinco días (art. 17.3 del Decreto 79/2014), y la CNMC considera que es una medida discriminatoria que perjudica exclusivamente a las VUT y no existe ninguna justificación económica para llevarla a cabo. Solo beneficia a los competidores que ya forman parte del mercado limitando así la entrada a nuevos operadores.

Desde el punto de vista de los principios de regulación económica eficiente, esta restricción protege los intereses particulares de los operadores económicos ya establecidos y al limitar la entrada a nuevos operadores se produce una reducción de la oferta, con el consiguiente incremento de precios por parte de los operadores que ya forman parte del mercado y un desincentivo a la innovación. Esto perjudica a los usuarios que quieran alojarse por un periodo inferior o superior a lo establecido legalmente y por tanto, tendrían que elegir otro tipo de alojamiento omitiendo las viviendas de uso turístico.

Por el contrario, otras ciudades europeas como Londres o Ámsterdam no exigen este tipo de medida, ya que no establecen un número mínimo de días. A nivel internacional, por ejemplo, San Francisco tampoco establece número mínimo, pero por el contrario, Nueva York establece que está prohibido alquilar las VUT por un periodo inferior a 30 días.

---

<sup>100</sup> Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio; Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de garantía de la unidad de mercado.

#### **D. Limitación del tipo de vivienda y localización que se puede ceder.**

Por una parte, algunas CCAA establecen limitaciones al tipo de viviendas, normalmente excluye a los pisos en régimen de propiedad horizontal que en una misma zona suelen tener un precio muy inferior a las viviendas unifamiliares o pareadas. Por ejemplo, en Baleares solo permiten el alquiler de las VUT cuando la vivienda sea unifamiliar y pareada (artículo 52 de la Ley 8/2012), entendiéndose por vivienda unifamiliar aislada a los efectos de esta ley aquella en que únicamente esté permitida una vivienda por parcela.

Esto supone una discriminación directa a favor de viviendas unifamiliares, en este caso de mayor precio lo cual perjudica a los usuarios con una menor oferta y variedad y también perjudica a los prestadores del servicio que no dispongan de este tipo de viviendas sin poder acceder a la actividad de arrendamiento. Por el contrario, en otras CCAA, como el País Vasco, no se discrimina por razón de tipo de vivienda (artículo 54 de la Ley 13/2016, de 28 de julio, de turismo del País Vasco).

Por otra parte, existe normativa autonómica que establece limitaciones a la actividad de las VUT a determinadas zonas. Esta medida es injustificada e igual que la anterior favorecería a los operadores económicos ya instalados en el mercado, y perjudicaría a los usuarios ya que podría acceder a una menor oferta y menor variedad turística, creando barreras geográficas dentro del mercado regional.

En esta misma línea, pueden surgir restricciones por la localización de la vivienda como consecuencia de la calificación urbanística del suelo en el que se ubique la vivienda. Las normativas urbanísticas de cada CCAA permitirán la cesión de las VUT cuando sea compatible con el suelo residencial, es decir, aun cuando la normativa autonómica permita la cesión de la vivienda si no cumple lo citado por la normativa urbanística no podría realizar la actividad de cesión.

#### **E. Prohibición del alquiler por estancias.**

Distintas normativas autonómicas como Cataluña (art. 66.2 del Decreto 159/2012)<sup>101</sup> o Andalucía (art. 5.1 Decreto 28/2016, de 2 de febrero, de las viviendas con fines turísticos y de modificación del Decreto 194/2010, de 20 de abril, de establecimientos de apartamentos turísticos)<sup>102</sup> prohíben el alquiler de las VUT por estancias exigiendo el alquiler de la totalidad de la vivienda. Esta restricción es injustificada y supone una barrera de entrada al mercado innecesaria. Además impide al propietario de la vivienda el alquiler de aquellas habitaciones que tiene infrautilizadas, siendo un perjuicio para él y para el usuario del servicio debido a que esta exclusión le impide acceder a una oferta más variada y a menores precios.

---

<sup>101</sup> Dice expresamente: “Las viviendas de uso turístico se ceden al completo, y no se permite la cesión por estancias”.

<sup>102</sup> Dice que se podrá alquilar la vivienda completa o por habitaciones, pero con la particularidad de que el propietario resida en ella.

En el caso de nuestra comunidad, el Decreto 3/2017, de 16 de febrero, por el que se regulan los establecimientos de alojamiento en la modalidad de vivienda de uso turístico en la Comunidad de Castilla y León en su artículo 3.2 establece que la cesión debe ser por la vivienda completa, no permitiéndose la cesión por estancias y también establece que el plazo máximo de alquiler a un turista de forma continuada es de dos meses (art. 4 d)).

Hasta el momento, el actual Decreto 79/2014 de la Comunidad de Madrid prohibía el alquiler por estancias pero se ha redactado un borrador del Decreto que contempla que las VUT podrán ser cedidas por habitaciones sin exigir unas condiciones mínimas de seguridad. Ante este motivo, la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM) ha exigido imponer a los propietarios de las VUT la obligación de que la cesión del inmueble se efectúe en su totalidad y consideran que este borrador “desregula más que regula”<sup>103</sup>.

### **F. Prohibición de utilizar la residencia permanente como vivienda de uso turístico.**

Determinadas normativas autonómicas, como por ejemplo, el Decreto 79/2014 de la Comunidad de Madrid en su artículo 6, prohíbe a las viviendas de uso turístico utilizarse como residencia permanente, ni con cualquier otra finalidad distinta del uso turístico. Esta restricción va contra la libre disposición de la propiedad, impidiendo al propietario ceder su vivienda particular como un alojamiento temporal y supone una barrera de acceso al mercado.

A nivel europeo, Ámsterdam, por ejemplo, permite que las residencias habituales sean cedidas en su totalidad o por estancias siempre y cuando se asegure que el alojamiento es adecuado y si a lo largo de un año el propietario ha cedido su vivienda menos de sesenta días no se considera una actividad profesional y no estaría sujeta a obligaciones adicionales.

### **G. Requisitos técnicos y equipamientos mínimos.**

En ocasiones, las CCAA recogen un conjunto de exigencias que los prestadores deben cumplir, en este caso requisitos de equipamiento de la vivienda o incluso más específicos como medidas de la cama, puntos de luz. Estas restricciones pueden resultar innecesarias y desproporcionadas ya que en la actualidad, las plataformas colaborativas están abarrotadas de información, tanto la que nos ofrecen los prestadores como la que ofrecen los usuarios en base a su experiencia en el alojamiento, lo que reduce considerablemente los costes de búsqueda para posibles consumidores.

Aragón (art 9.1 DECRETO 80/2015, 5 de mayo, del Gobierno de Aragón, por el que aprueba el Reglamento de las viviendas de uso turístico en Aragón), Andalucía (art. 6 del Decreto 28/2016) e Islas Baleares (art. 51 Ley 8/2012) recogen la obligación de poner la vivienda a disposición de los alojados con todo el mobiliario, cubertería, menaje. Este requisito es discriminatorio ya que puede incrementar el precio de la vivienda y al usuario no le interesa porque no

---

<sup>103</sup> “Hotelero y vecinos de Madrid, contra el Decreto de viviendas turísticas” Noticia de Hosteltur, disponible en: [https://www.hosteltur.com/125968\\_hoteleros-vecinos-madrid-contra-decreto-viviendas-turisticas.html](https://www.hosteltur.com/125968_hoteleros-vecinos-madrid-contra-decreto-viviendas-turisticas.html)

considera necesario ese equipamiento. Otro ejemplo es la Comunidad de Madrid, que exige de manera obligatoria el acceso a wifi (art. 18.3).

### **H. Placa distintiva en el exterior de la vivienda indicando que es una VUT y autorización de la comunidad de propietarios.**

Algunas CCAA, como Aragón (art. 13 DECRETO 80/2015) y Madrid (art. 16 del Decreto 79/2014), entre otras, recogen la obligación de colocar una placa identificativa en el exterior que indique que se destinan al uso turístico. Esta obligación es discriminatoria ya que se les exige a las VUT y no a las viviendas de alquiler permanente. La finalidad de esta obligación es ofrecer una mayor información a los usuarios.

Sin embargo, hay otras CCAA que además necesitan contar con el consentimiento de la comunidad de propietarios para poder alquilar la VUT, es el caso de Canarias tal como expresa en el artículo 12 del DECRETO 113/2015, de 22 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de las viviendas vacacionales de la Comunidad Autónoma de Canarias. La CNMC considera que no hay motivos para exigir este requisito ya que para alquilar la vivienda de forma permanente no es obligatorio.

### **I. Obligación de cumplimentar el libro registro.**

Se exige la obligación de facilitar información de carácter personal a las viviendas de uso turístico, pero también a apartamentos, hoteles, pensiones o campings, mediante la cumplimentación de un libro registro. Esta restricción se hace con la finalidad de proteger la seguridad de ambas partes, prestadores y usuarios.

Actualmente, esta exigencia es prescindible debido al desarrollo de la tecnología que ha permitido obtener mucha información personal y actualizada sobre los usuarios a través de las plataformas colaborativas. Incluso se puede considerar innecesario y desproporcionado, pero hay CCAA, como Cataluña que lo considera obligatorio (art. 70 Decreto 159/2012)<sup>104</sup>.

### **3.3.3. Normativa local de VUT**

Además de las normativas estatales y autonómicas, algunas ciudades han establecido sus propias normativas y reacciones ante el alojamiento P2P. Unas han sido muy restrictivas y otras, por el contrario, muy permisivas.

La cruda realidad es que hay que aceptar que este nuevo modelo de negocio está afectando, bien sea positivamente o negativamente, a nuestra sociedad. La rapidez de crecimiento y evolución de estas plataformas ha dado lugar a que la sociedad tenga que adaptarse a ellas e incluirlas en sus vidas.

---

<sup>104</sup> También requerido por la Comunidad Autónoma de Canarias en su artículo 8.2 del DECRETO 113/2015, de 22 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de las viviendas vacacionales de la Comunidad Autónoma de Canarias; artículo 7.2 del Decreto 28/2016, de 2 de febrero, de las viviendas con fines turísticas (Andalucía). Todas estas normativas exigen cumplimentar el libro-registro.

## CAPÍTULO 3

Las plataformas de alojamiento P2P están afectado a todo el sector turístico, inmobiliario y hotelero y por ellos las administraciones locales han reaccionado estableciendo planes de usos, ordenanzas restrictivas, que prohíben arrendar ciertas zonas de la ciudad.

La ciudad que más viajeros ha recibido en 2016 fue Barcelona alcanzando así más del millón, concretamente 1,3 millones de huéspedes que generaron un impacto económico de 1027 millones de euros<sup>105</sup>. Ante esta situación cabe afirmar que algunos espacios de la ciudad se han transformado totalmente.

El ayuntamiento de Barcelona muestra una posición restrictiva y prohibitiva de este tipo de alojamientos y para ello creó el PEAUT, Plan Especial de Alojamientos de Uso Turístico, con el objetivo de limitar las posibilidades de aplicación de las viviendas turísticas y para ello divide la ciudad por áreas estableciendo un número máximo de VUT por bloque.

El ayuntamiento se muestra reticente porque considera que este tipo de alojamientos conllevan más externalidades negativas para los vecinos que positivas.

La CNMC considera que una solución más eficiente y preferible sería el precio, es decir, establecer un impuesto ya que resuelve el problema de la externalidad en su origen, reduciendo la distorsión competitiva y regulatoria sobre el mercado. De esta forma no se limita la participación de nuevos arrendadores ya que si no podría considerarse discriminatorio<sup>106</sup>.

---

<sup>105</sup> “Airbnb copó 1,3 millones de huéspedes y creció un 40% en Barcelona en el 2016” Elperiódico.com

<sup>106</sup> CNMC (2016).

**CAPÍTULO 4:  
LA ECONOMÍA  
COLABORATIVA EN EL  
TRANSPORTE  
INTERURBANO DE  
VIAJEROS POR CARRETERA**

## CAPÍTULO 4



## 4.1. INTRODUCCIÓN AL RIDE SHARING

Otro de los sectores en los que la economía colaborativa ha tenido un gran impacto ha sido en el sector transporte, afectando tanto al transporte urbano como al transporte interurbano de viajeros por carretera.

El transporte interurbano de viajeros por carretera es un gran ejemplo de economía colaborativa ya que se basa en la compartición de un vehículo entre particulares para realizar un desplazamiento de media o larga distancia y los consecuentes gastos asociados a dicho desplazamiento. Al igual que en otros sectores, la proliferación de plataformas facilitan el encuentro entre oferentes y demandantes.

Para abordar el tema hay que diferenciar dos conceptos el *car sharing* y el *ride sharing*. El *ride sharing* definido por el Tribunal de Justicia europeo como “la utilización del mismo vehículo particular por varias personas que efectúan el mismo trayecto, con el fin de aligerar el tráfico y de compartir los costes del transporte”<sup>107</sup>. La actividad del *ride sharing* se caracteriza por<sup>108</sup>:

- El oferente y el demandante del transporte son particulares.
- El transporte se realiza en un vehículo particular aportado por el oferente.
- El oferente realiza el desplazamiento para satisfacer sus propias necesidades y sin ánimo de lucro, por lo que la ocupación de la capacidad sobrante del vehículo no es lo importante. El demandante da una compensación económica proporcional al coste del viaje.
- El oferente y el demandante contactan a través de una plataforma colaborativa
- La empresa encargada de la plataforma colaborativa recibe una comisión que paga el demandante por el servicio.

El *car sharing* es la empresa encargada de la plataforma de internet quien facilita a sus usuarios el uso a tiempo parcial de los vehículos de su propia flota a cambio de una remuneración en función del tiempo de utilización de los vehículos y el kilometraje<sup>109</sup>. Normalmente esta actividad es una modalidad de transporte urbano ya que se desarrolla en el interior de un mismo municipio, es jurídicamente asimilable a los servicios prestados por las tradicionales empresas *rent a car*. Por tanto, se trata de relaciones B2C ya que la plataforma alquila vehículos al consumidor para llevar a cabo su desplazamiento, por oposición el *ride sharing*, donde, como ya se ha mencionado, las relaciones se producen entre particulares (C2C).

Ahora bien, hay una modalidad de negocio donde la plataforma facilita el encuentro entre usuarios que ofrecen sus vehículos particulares a otros usuarios durante un tiempo a cambio de una remuneración y este modelo también se califica como *car sharing*, y la particularidad es que se desarrolla

<sup>107</sup> Auto del TJUE de 27 de octubre de 2016, Uber Belgium, C-526/15, EU:C:2016:830, apartado 28.7

<sup>108</sup> ARMENGOL i GASULL O. y N. OLMOS CASTRO (2017).

<sup>109</sup> Bluemove, Emove, Amovens son ejemplos de car sharing en nuestro país.

entre particulares (C2C)<sup>110</sup>. Este modelo presenta una clara diferencia frente al *ride sharing* ya que el oferente del servicio no realiza ningún trayecto y además tiene ánimo de lucro.

Por tanto, el problema que nos concierne es si este tipo de empresas están sujetas a una regulación mínima o si se exige algún tipo de licencia administrativa para poder llevar a cabo dicho servicio. Para ello hay que analizarlo desde dos puntos de vista; el del transporte y el del comercio electrónico.

En primer lugar, las empresas de *ride sharing* están sujetas a la legislación en materia de transporte, a la Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres (LOTT) 16/1987, de 30 de julio, desarrollada por el Real Decreto 1211/1990, de 28 de septiembre, que aprobó el Reglamento de Ordenación del Transporte Terrestre (ROTT)<sup>111</sup>.

En segundo lugar, dado que la conexión entre oferentes y demandantes se produce online, hay que analizar en qué medida se debe aplicar la legislación en materia de comercio electrónico y como afecta a la responsabilidad de la empresa frente a los usuarios de la plataforma.

## 4.2. RÉGIMEN JURÍDICO DEL *RIDE SHARING*

### 4.2.1. Análisis de la actividad de las empresas de *ride sharing*

#### A. Aplicabilidad de la legislación sobre transporte terrestre.

La LOTT en su artículo 1 describe el ámbito de aplicación, es decir, las modalidades de transporte incluidas y condicionadas a obtener una licencia administrativa (art. 7 e) LOTT), y son:

- Los transportes por carretera, considerándose como tales aquellos que se realicen en vehículos de motor o conjuntos de vehículos que circulen sin camino de rodadura fijo, y sin medios fijos de captación de energía, por toda clase de vías terrestres, urbanas o interurbanas, de carácter público y, asimismo, por las de carácter privado cuando el transporte sea público.
- Los transportes por ferrocarril, considerándose como tales aquellos que se realicen mediante vehículos que circulen por un camino de rodadura fijo que les sirva de sustentación y de guiado.
- Las actividades auxiliares y complementarias del transporte, considerándose como tales, a los efectos de esta ley, las desarrolladas por las agencias de transportes, los transitarios, los operadores

---

<sup>110</sup> Socialcar es un ejemplo de esta modalidad, ya que un particular alquila su coche por horas a otro particular para que este último lleve a cabo su trayecto y el primero recibe una remuneración por su alquiler; disponible en: <https://www.socialcar.com/como-funciona>

<sup>111</sup> Este marco regulatorio ha tenido diversas modificaciones: Ley 29/2003 sobre la mejora de las condiciones de competencia y seguridad en el mercado de transporte por carretera, el Real Decreto 1225/2006 por el que se modifica el RD 1211/1990.

logísticos, los almacenistas-distribuidores y las estaciones de transporte de viajeros y centros de transporte y logística de mercancías por carretera o multimodales. Asimismo, tendrá esta consideración el arrendamiento de vehículos de carretera sin conductor.

Estas son las modalidades de transporte que requieren de licencia administrativa para poder prestar el servicio (art. 7 e) LOTT), pero las actividades de *ride sharing* son muy recientes y no las contempla por lo que hay que analizar cuál es su situación.

La actividad que desarrollan este tipo de empresas no es la del transporte de viajeros en sentido estricto, ya que el transporte en sí no lo realizan ni tampoco ponen a disposición de los usuarios los medios necesarios para ello, es decir, no son titulares de los vehículos. El titular del vehículo y prestador del servicio es un particular. Por lo que se deduce que estas empresas ofrecen una actividad de intermediación<sup>112</sup> y que deberían estar sujetas a licencia administrativa.

Ahora bien, por una parte, los servicios de *ride sharing* no pueden calificarse como servicios de mediación ya que tras la reforma de la LOTT llevada a cabo por la Ley 9/2013, las actividades que prestan estarían reservadas al transporte de mercancías. Por último, tampoco podemos clasificarlos como actividades de arrendamiento de vehículos, ya que ni siquiera las empresas arriendan el vehículo; y además, la LOTT entiende por esto el arrendamiento del vehículo sin conductor, que no es el caso. La conclusión es que este tipo de actividad no encaja en lo previsto en esta ley.

Por otro lado, la Comisión Europea<sup>113</sup> considera que el elemento principal para poder determinar si estas plataformas deben estar sujetas o no a requisitos de acceso al mercado es la naturaleza de sus actividades.

Por norma general, este tipo de empresas no debería estar sujetas a ningún tipo de requisito de acceso, pero hay que analizar cada actividad en particular y hay que considerar si solo ofrece servicios de la sociedad de la información o si ofrece otros servicios en cuyo caso debería registrarse por la normativa sectorial específica.

La Comisión Europea en su Agenda establece unos criterios para considerar si debe obtener una licencia administrativa previa o no<sup>114</sup>. Si la plataforma fija el precio final a pagar por el viajero, en este caso es el conductor (prestador de servicios particular) quien lo fija; si establece términos y condiciones que determinan la relación o si posee activos clave para prestar el servicio, en este caso, la plataforma no facilita los vehículos para llevar a cabo el trayecto, habría indicios de que la plataforma ejerce un control sobre el prestador, en cuyo caso estaría ofreciendo un servicio a parte del servicio de la sociedad de la información. También se podría considerar que la plataforma

---

<sup>112</sup> Comentadas en el Capítulo 2 apartado 1 del presente trabajo.

<sup>113</sup> Comisión Europea (2.6.2016): *Comunicación [...] sobre una Agenda...* cit.

<sup>114</sup> Estos criterios están recogidos en el Capítulo 2.1.2.2. del presente trabajo.

ejerce un control sobre el prestador si es la plataforma quien sufraga los gastos y quien asume el riesgo.

Desde el punto de vista de las empresas, se concluye que en nuestro país, la actividad del *ride sharing* no puede estar sujeta a requisitos de acceso al mercado, es decir, no se les puede exigir una licencia administrativa para poder desempeñar el servicio ya que estas empresas simplemente ofrecen servicios de la sociedad de la información y, por tanto, deben estar sujetas a la LSSI<sup>115</sup>.

### 4.2.2. Análisis de la actividad de los usuarios de *ride sharing*

La actividad de *ride sharing* es desarrollada por el conductor y hay que determinar qué modalidad de transporte es y si está o no sujeta a requisitos de acceso al mercado y para ello la LOTT y el ROTT definen las dos modalidades de transporte que existen: público y privado.

#### A. Transporte público

La LOTT define el transporte público como aquellos transportes que se llevan a cabo por cuenta ajena mediante retribución económica (art. 62 LOTT) y entiende por transporte público de viajeros como una actividad económica desarrollada por una empresa especializada y autorizada al efecto para transportar a particulares (art. 64 LOTT).

Es una actividad económica que presta el servicio bajo demanda, cuyos prestadores son profesionales con el fin de satisfacer esa demanda y recibir por ello una contraprestación económica, es decir, tiene la finalidad de obtener UN beneficio económico, por tanto, se realiza con ánimo de lucro. Todos los transportes públicos están sujetos a autorización administrativa previa.

#### B. Transporte privado

Por el contrario, el transporte privado se realiza sin ánimo de lucro, y la LOTT lo define como aquel transporte que se lleva a cabo por cuenta propia bien sea para satisfacer necesidades particulares, bien como complemento de otras actividades principales realizadas por empresas o establecimientos del mismo sujeto, y directamente vinculados al adecuado desarrollo de dichas actividades (art. 62 LOTT). Además, distingue entre transporte privado particular y transporte privado complementario (art. 100 LOTT).

El transporte privado complementario se lleva a cabo por empresas u otras entidades cuyo objeto no es transportar, como complemento necesario o adecuado para el correcto desarrollo de su actividad principal. Este tipo de transportes deben cumplir conjuntamente los siguientes requisitos:

- Si se trata de transporte de viajeros, los usuarios deben ser trabajadores adscritos a uno de los centros de la empresa u otras personas que asistan a éstos, debiendo cumplirse en este segundo caso las reglas que al efecto se determinen reglamentariamente.

---

<sup>115</sup> Explicado en el Capítulo 2.1.3. del presente trabajo.

## LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN EL TRANSPORTE INTERURBANO DE VIAJEROS POR CARRETERA

- El origen o el destino del transporte deberá ser uno de los lugares en que la empresa desarrolle trabajos relacionados con su actividad principal.
- Los vehículos utilizados deberán hallarse integrados en la organización de la empresa.
- Los conductores de los vehículos deberán ser el personal propio de la organización.
- El transporte no podrá ser contratado ni facturado de forma independiente (art. 102 LOTT).

Este tipo de transportes están sujetos a autorización administrativa en determinados casos, pero el *ride sharing* no puede calificarse como un transporte privado complementario ya que no cumple los requisitos ya mencionados.

El transporte privado particular, que para ser considerado como tal debe dedicarse a satisfacer necesidades de desplazamiento de carácter personal del titular del vehículo y sus allegados, no pudiendo dar lugar a remuneraciones económicas (art. 101.1 a) LOTT)<sup>116</sup>. Principalmente son allegados se aquellos familiares y amigos del particular, pero dada la novedad del concepto y la aparición de las redes sociales se está ampliando el concepto de allegados ya que a través de las redes sociales y las plataformas colaborativas los particulares se relacionan con multitud de terceros y establecen entre ellos una relación de confianza basada en la información, comentarios y opiniones de cada usuario en la misma, pudiendo llegar a generar relaciones de amistad. Por tanto, algunos consideran que la relación entre conductor y viajero debe entenderse como una relación de amistad o equivalente.

Además para ser considerada un transporte privado particular debe realizarse en vehículos cuyo número de plazas no exceda de lo legalmente estipulado (art. 101 LOTT). Este tipo de transporte no está sujeto a autorización previa.

La diferencia con respecto al transporte público es que el transporte privado no exige retribución económica, sino que se hace con la finalidad de compartir gastos, el cual es el elemento fundamental de la economía colaborativa.

Unos consideran que la finalidad de los conductores de Blablacar, por ejemplo, es poner a disposición las plazas de su coche para compartir gastos y además obtener un beneficio económico al respecto. Pero, por otro lado existen informes como el Observatorio del Transporte y la Logística en España, IDEA, entre otros<sup>117</sup> para calcular el coste del desplazamiento y establecen unos baremos y si lo que obtiene el conductor es inferior a ese baremo solo

---

<sup>116</sup> También recogido en el RD 1211/1990.

<sup>117</sup> El Observatorio del Transporte y Logística en España establece unos % con respecto al coste del desplazamiento, y son: neumáticos 2%, lubricante 3%, reparaciones 4%, combustible 43 % y amortización del vehículo 48%; el Instituto para la Diversificación y Ahorro de Energía establece un coste de 31 céntimos/km; el Convenio Colectivo del sector de oficinas y despachos de la CCAA Madrid establece un coste de 30 céntimos/km; y el RD 462/2002 establece un coste de 19 céntimos/km.

estarían compartiendo gastos. Si por el contrario, fuera mayor, el conductor estaría obteniendo beneficio en cuyo caso quedaría sujeto a autorización administrativa para poder prestar su servicio.

### C. Servicios prestados por los conductores

El punto de vista del servicio prestado por los conductores es el más importante para saber cómo clasificar el *ride sharing* por ello hay que concretar el servicio que prestan estos conductores. Entonces, como ya se ha mencionado, los conductores van a realizar el desplazamiento tengan o no usuarios por lo que ofertan las plazas libres de su vehículo a través de las plataformas colaborativas y uno o varios pasajeros aceptan compartir el desplazamiento, con lo cual, se produce un acuerdo entre particulares cuya finalidad es la compartición de gastos no la obtención de un beneficio económico.

La Comisión Europea<sup>118</sup> establece una distinción entre particulares que prestan servicios esporádico - frecuente y aquellos que quieren desarrollar una actividad económica remunerada – gratuita ya que los requisitos de acceso al mercado no deberían ser los mismos.

Por lo general, los conductores de *ride sharing* son particulares que prestan sus servicios esporádicamente y como no hay regulación específica para ellos lo correcto sería analizar cada caso particularmente y eso es prácticamente imposible porque tendría un coste económico y temporal elevado, por ello, proponen que se apliquen los criterios del Observatorio de Transporte y Logística en España (OTLE), dado que son los más completos.

En definitiva, si el importe que recibe el conductor por el desplazamiento es inferior a lo que establece el OTLE, el *ride sharing* sería clasificado como un transporte privado particular y no estaría sujeto a autorización. La previsión futura sobre la regulación de este tipo de empresas establecerá unos criterios concretos como, un importe máximo por viaje o un número de viajes anuales máximo a partir del cual se considerará que hay ánimo de lucro.

#### **4.2.3. Análisis de la actividad del *ride sharing* desde el punto de vista de la competencia**

Desde el punto de vista de la competencia, este sector presenta una regulación bastante restrictiva y la normativa al respecto crea barreras de entrada que está generando reacciones por parte de los prestadores ya establecidos en el mercado ante la entrada de nuevos competidores al mercado y tal como hemos mencionado este subsector está sujeto a un contrato de gestión de servicios públicos.

Estos contratos cierran la posibilidad de que otros operadores puedan prestar el servicio durante el periodo de duración del contrato e incrementan la probabilidad de obtención de rentas monopolísticas, y esto se debería evitar ya que desde el punto de vista de competencia y regulación económica eficiente,

---

<sup>118</sup> Comisión Europea (2.6.2016): *Comunicación [...] sobre una Agenda...* cit.

## LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN EL TRANSPORTE INTERURBANO DE VIAJEROS POR CARRETERA

se debería tender a la liberalización de los servicios y a la no existencia de barreras de entrada<sup>119</sup>.

Este tipo de transporte tiene la consideración de servicio público de titularidad de la Administración que se presta mediante la atribución a una empresa a través de concurso público (art. 71 LOTT). Se trata de un régimen concesional, por el que se otorga durante un determinado tiempo el derecho de uso en exclusiva de una determinada línea a un único operador, este se denomina competencia por el mercado. Las plataformas como Blablacar<sup>120</sup>, Carpooling<sup>121</sup> o Amovens<sup>122</sup> ofrecen servicios de transporte de viajeros interurbanos cuya finalidad es compartir coche y están compitiendo con los autobuses interurbanos.

Esta situación de competencia está generando conflictos ya que la Confederación española de transporte en autobús, Confibus, considera que Blablacar incumple la normativa actual ya que su plataforma intermedia en un servicio de transporte profesional, sin tener licencia ni autorización administrativa, por ello ha interpuesto una demanda por incumplir el artículo 15 LCD<sup>123</sup>.

El Juzgado de lo Mercantil nº 2 de Madrid en su sentencia 30/2017 desestima dicha demanda ya que considera que Blablacar no podría considerarse una actividad de transporte terrestre sujeta a la LOTT, debido a que lo que ha generado es una plataforma online para poner en contacto a particulares que quieren realizar juntos un viaje y compartir determinados gastos del trayecto<sup>124</sup>, por lo que, en esta línea, el magistrado afirma que “dar calidad al servicio de contacto ha puesto unos márgenes y unos límites y un formato de actuación, que en modo alguno es obligatorio para quien lo usa o para quienes prestan una plaza en su coche para realizar el trayecto”.

La sentencia afirma que los conductores “no están contratados por Blablacar, ni pertenecen a una empresa o a una industria dedicada a este fin. Son particulares que por su cuenta y riesgo se ofrecen a la plataforma buscando a personas que tengan interés en realizar ese mismo viaje y pagar, no en el sentido de pagar un canon o un servicio, sino de pagar el coste de un viaje”<sup>125</sup>.

Por todo esto, el juez descarta que haya competencia desleal dado que se centra en el transporte privado y la actividad desarrollada por Blablacar

---

<sup>119</sup> CNMC (2016).

<sup>120</sup> Blablacar es una compañía francesa de ridesharing que cuenta en España con cuatro millones y medio de usuarios.

<sup>121</sup> Carpooling es una plataforma de viajes en coche compartido.

<sup>122</sup> Amovens es una plataforma para alquilar tu coche o compartir viajes.

<sup>123</sup> ARMENGOL i GASULL, O. y N. OLMOS CASTRO (2017).

<sup>124</sup> “Caso Blablacar: el juez desestima la demanda al entender que no existe competencia desleal” (3 de febrero 2017) Noticias Jurídicas, disponible en:

<http://noticias.juridicas.com/actualidad/jurisprudencia/11616-caso-blablacar:-el-juez-desestima-la-demanda-al-entender-que-no-existe-competencia-desleal/>

<sup>125</sup> Sentencia nº 30/2017 del Procedimiento Ordinario 343/2015 por el Juzgado de lo Mercantil nº 2 de Madrid.

## CAPÍTULO 4

debería regirse por lo establecido en la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico considerándose así como una empresa que ofrece servicios de la sociedad de la información.

En conclusión, lo que se busca es libertad en el acceso al mercado, permitiendo así, que todas aquellas empresas que deseen realizar la actividad de transporte de viajeros lo hagan cumpliendo con unos requisitos mínimos en materia de seguridad.



**CAPÍTULO 5:  
LA ECONOMÍA  
COLABORATIVA EN EL  
SECTOR DEL TAXI Y LOS  
VTC**

## CAPÍTULO 5

## 5.1. INTRODUCCIÓN AL SECTOR DEL TAXI Y LOS VTC

El sector del transporte urbano de viajeros, bien sea mediante taxis o a través del alquiler de los vehículos de transporte con conductor, VTC<sup>126</sup>, está teniendo un notable impacto en la economía mundial sobre todo en términos de inversión.

Mientras que algunos países<sup>127</sup> optan por procesos de liberalización que permiten el desarrollo y la regulación de estos nuevos modelos de transporte, España se caracteriza por la existencia de una regulación restrictiva que se basa en la concesión de licencias y *numerus clausus* y la existencia de tarifas reguladas, que impide en gran medida la entrada de nuevos agentes en el mercado, y afecta tanto al sector del taxi como a los VTC.

La irrupción de la economía colaborativa está generando múltiples problemas sociales y jurídicos, especialmente el sector del transporte urbano de pasajeros mediante vehículos de turismo con conductor, que constituye uno de los sectores más conflictivos, debido a tres circunstancias<sup>128</sup>:

- La relevancia económica de estos vehículos y su grado de infrautilización son inmensos lo que implica que la posibilidad de beneficios adicionales que pueden extraerse con un adecuado sistema de compartición son enormes. Actualmente, el 96% de la vida útil de un vehículo está infrautilizado porque está aparcado y el 4% restante que está en circulación tiene un grado de ocupación de 1,2 personas por vehículo que si consideramos que el vehículo tiene 5 plazas de media, el grado de ocupación sería poco más que el 20%<sup>129</sup>.
- La regulación es demasiado intensa ya que hay muchas restricciones de entrada al mercado en materia de competencia y de libertad de prestación de servicios lo que impide el desarrollo de los nuevos sistemas de economía colaborativa, en este caso, el desarrollo de los VTC.
- Antes de la aparición de la economía colaborativa, ya se dudaba de la justificación de algunas restricciones ya impuestas a este sector.

El conflicto entre los VTC y los taxis es evidente y está en plena ebullición ya que son dos tipos de agentes que están sujetos a una normativa diferenciada y hay que identificar si los requisitos que se les exigen desde el punto de vista de la competencia y la regulación económica eficiente, tales como el acceso al mercado y a la propia actividad desarrollada son desproporcionados o innecesarios o si por el contrario, están justificados.

---

<sup>126</sup> Los VTC son los vehículos de transporte (o turismos) con conductor, es decir, un servicio de transporte que probablemente trabaje para plataformas como Uber o Cabify.

<sup>127</sup> En EEUU cuentan con una regulación específica para este nuevo modelo de transporte y en Estonia están tramitando una legislación específica para estas nuevas plataformas de transporte.

<sup>128</sup> DOMÉNECH PASCUAL, G. (2017).

<sup>129</sup> “El coche como causa de todos los males”. Periódico ABC, disponible en:

[http://www.abc.es/motor/reportajes/abci-coche-como-causa-todos-males-201608031410\\_noticia.html](http://www.abc.es/motor/reportajes/abci-coche-como-causa-todos-males-201608031410_noticia.html)

## 5.2. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR DEL TAXI Y LOS VTC

La actividad que desarrollan tanto el sector del taxi como el sector de los VTC es el transporte discrecional de viajeros por carretera en vehículos de turismo. La actividad de ambos es bastante similar ya que la regulación establece una limitación en la oferta, además de una serie de condiciones sobre las características y equipamiento de los vehículos y de ejercicio como los seguros<sup>130</sup>. Pero, la realidad es que en términos normativos también se establecen diferencias relevantes:

- El VTC no puede circular en vía pública para captar clientes ni tampoco cuenta con paradas específicas sino que opera una vez se ha contratado previamente el servicio (art. 182.1 ROTT), por el contrario el taxi si puede.
- El VTC no está sujeto a un régimen de horarios y descansos obligatorios, trabajan las 24 horas turnándose, mientras que el taxi tienen que cumplir con esa obligatoriedad.
- Los taxis al inicio de su actividad cuentan con un ámbito territorial limitado.
- Los taxis tienen la obligación de prestar el servicio cumpliendo las condiciones que establezca la normativa.
- En cuanto a precios, el taxi tiene precios regulados pero no están cerrados mientras que el VTC fija el precio antes de contratar el servicio (art. 182.3 ROTT).

Además se establecen diferencias entre ambos en términos de imagen ya que empresas de VTC, como Cabify, presta su servicio en vehículos propiedad de la empresa, negros, espaciosos, con las lunas tintadas y sus conductores visten con traje, camisa y corbata. Por el contrario, los taxis prestan su servicio en sus propios coches, que por norma general son de color blanco y el conductor viste de forma casual no cuidando tanto la imagen como los otros, a quienes les viene impuesto por la empresa<sup>131</sup>. Aunque a fin de cuentas, la actividad que prestan es muy parecida.

Debido a la similitud de los servicios prestados se analiza de manera conjunta ambas actividades y su evolución en los últimos años. Con la aparición de los VTC, el sector del taxi se ha visto afectado ya que en las principales ciudades como Madrid o Barcelona, tienen competencia directa.

### 5.2.1. Sector del Taxi

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) distingue para el sector del taxi tres segmentos que operan de forma diferenciada:

---

<sup>130</sup> CNMC (2016).

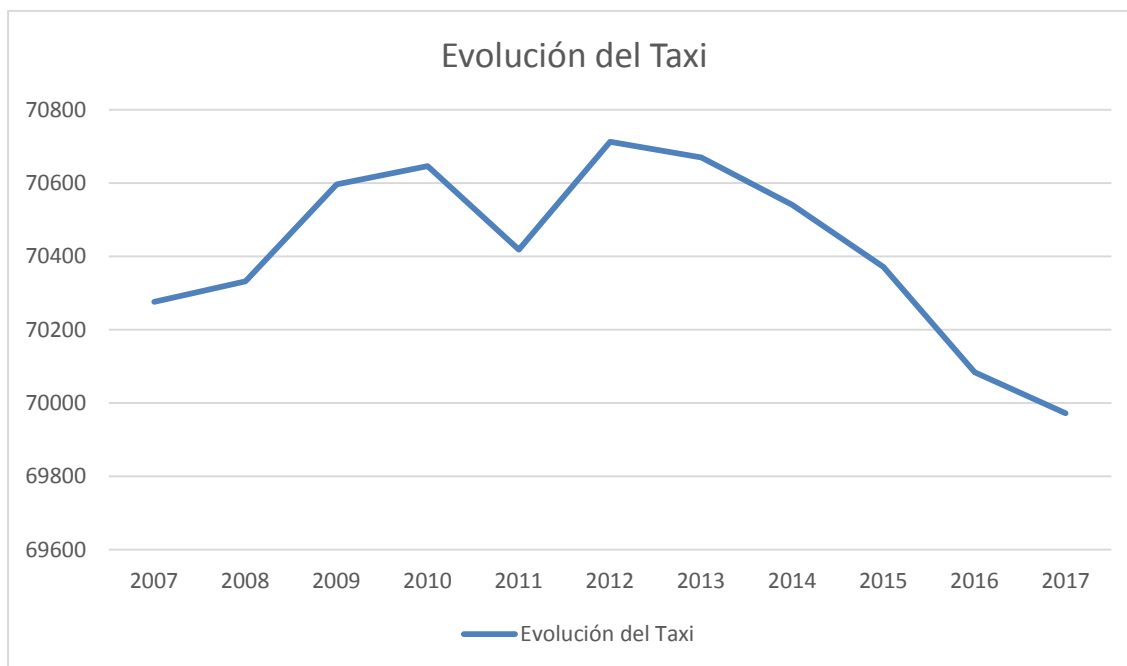
<sup>131</sup> “Caza al pasajero”: Equipo de Investigación 1-12-2017, disponible en [atresmediaplayer.com](https://www.atresmediaplayer.com), entrevistan a trabajadores de Cabify y se muestra el tipo de vehículo que utilizan y su vestimenta.

- Los taxis que circulan por la vía pública y el usuario que desee contratar el servicio realiza un gesto o una señal.
- Los taxis que se encuentran situados en paradas específicamente habilitadas para ello y es el usuario quién acude allí para acceder al servicio.
- Los taxis que acuden a prestar el servicio tras haber concertado la prestación del servicio a través de medios telefónicos.

Los dos primeros segmentos se caracterizan porque el taxista ejerce como monopolista del servicio y además existe información asimétrica tanto en las condiciones del servicio como el precio final del trayecto.

Por el contrario, en el tercer segmento, los usuarios del servicio tienen mayor capacidad de elección que hace que los prestadores del servicio se preocupen más sobre las condiciones que ofrecen ya que les interesa tener una buena reputación y ofrecer un servicio de calidad. Además en este segmento se reduce la información asimétrica y aumenta la capacidad de negociación.

**Figura 5.1. Evolución del Taxi en España**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.

El número de taxis en España ha ido disminuyendo con el paso de los años ya que en 2012 ascendió a 70.713 y tras cinco años, en 2017 son 69.972 taxis disponibles, de los cuales 46.353 corresponden a capitales de provincia y 24.360 al resto de poblaciones.

De estas 69.972 licencias en 2017, casi 28.000 están distribuidas en Barcelona y Madrid, es decir, el 40%. En el gráfico se aprecia la disminución de licencias en el país y el motivo principal ha sido la aparición de los VTC.

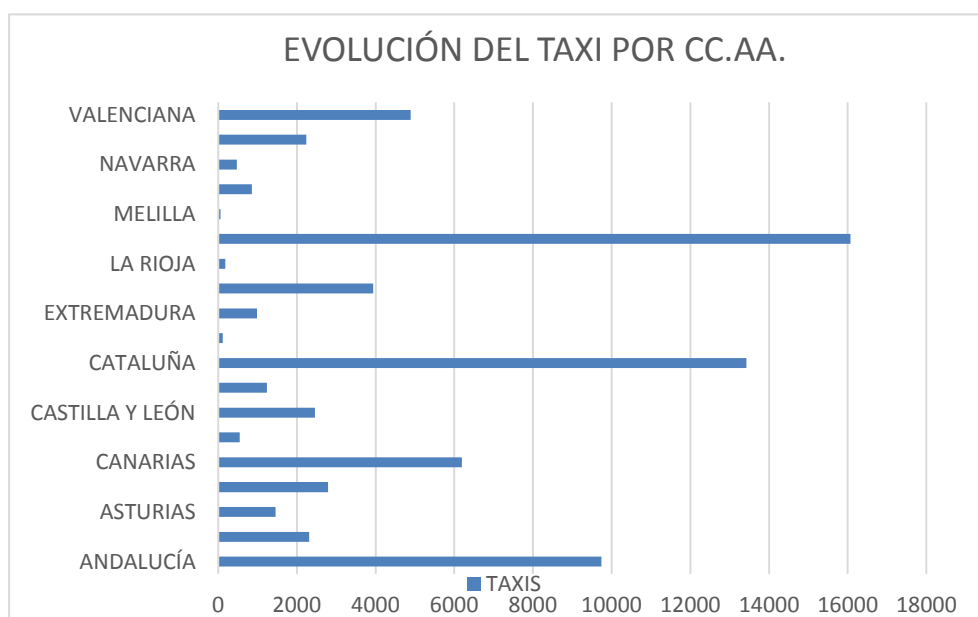
La evolución del número de taxis aunque haya disminuido ha permanecido constante mientras que la población española durante el periodo 2000-2015 ha aumentado, y como consecuencia el número de taxis por cada 1.000 habitantes en España ha descendido de forma continuada pasando de 1,7 taxis por cada 1.000 habitantes en 2000 a 1,5 en 2015.

En esta misma línea, en las principales ciudades como Madrid o Barcelona la tasa de taxis por habitantes también ha descendido pero es mucho mayor que a nivel nacional, ya que en Madrid en 2015 es de 2,9 taxis por cada 1000 habitantes y en Barcelona en este mismo año asciende a 3,3 taxis por cada 1000 habitantes.

Por lo tanto, las dos ciudades principales muestran una evolución similar a la del conjunto de España con un estancamiento en los últimos años fruto de la aparición de las plataformas de economía colaborativa como Uber o Cabify.

Desde el punto de vista de las Comunidades Autónomas, la distribución del número de taxis se muestra en el siguiente gráfico:

**Figura 5.2. Evolución del Taxi en España por CC.AA.**



Fuente: Elaboración propia a partir de INE

En términos absolutos, la mayoría de taxis se encuentran en la Comunidad de Madrid con 16.070 licencias seguido por Cataluña con 13.428 taxis y la tercera comunidad con mayor número de taxis es Andalucía con 9.742.

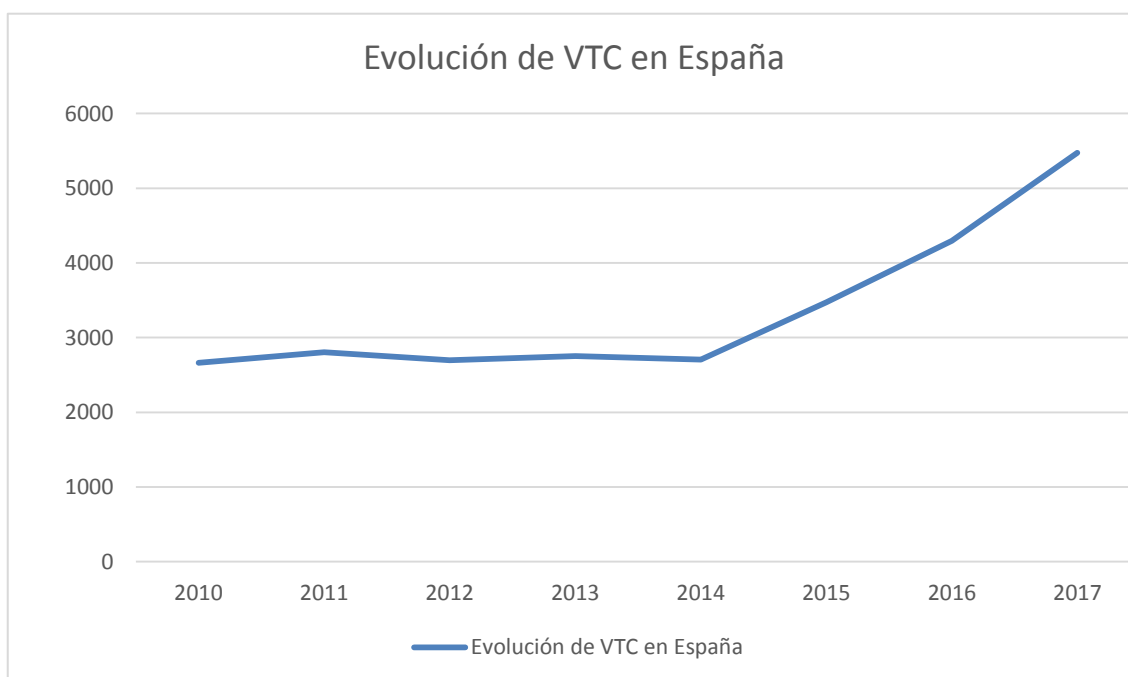
Otro de los oferentes de este tipo de servicio y competidor directo de los taxis son los vehículos de transporte con conductor, y se podría decir que irrumpieron en España en 2014, ya existían con anterioridad pero fue durante ese año cuando empezaron a suponer una amenaza para los taxistas.

### 5.2.2. Sector del VTC

Las principales empresas de VTC que operan en España son Uber<sup>132</sup>, fundada en San Francisco en 2008, y Cabify<sup>133</sup>, fundada en Madrid en 2011. Ambas empresas proporcionan a sus clientes una red de transporte privado, a través de su software de aplicación móvil, que conecta los pasajeros con conductores profesionales de vehículos registrados en su servicio, los cuales ofrecen un servicio de transporte a particulares.

La particularidad que ofrece Uber es que conductores no profesionales pueden desarrollar el desplazamiento de viajeros a través de un servicio complementario denominado UberPop.

**Figura 5.3. Evolución del VTC en España**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.

Como se observa en el gráfico hasta 2014, el número de VTC se mantiene constante, pero desde entonces empieza a crecer con mucha rapidez, ya que en tan solo tres años se ha doblado, y fue en 2014 cuando la plataforma Uber comenzó a operar en España, concretamente en abril en Barcelona, durante el mes de septiembre en Madrid y en octubre de este mismo año en Valencia. Pero la actividad de Uber tuvo que cesar tras el auto de medidas cautelares del 9 de diciembre de 2014<sup>134</sup>. Posteriormente Uber ha podido retomar su actividad en España.

<sup>132</sup> <https://www.uber.com/es-ES/>

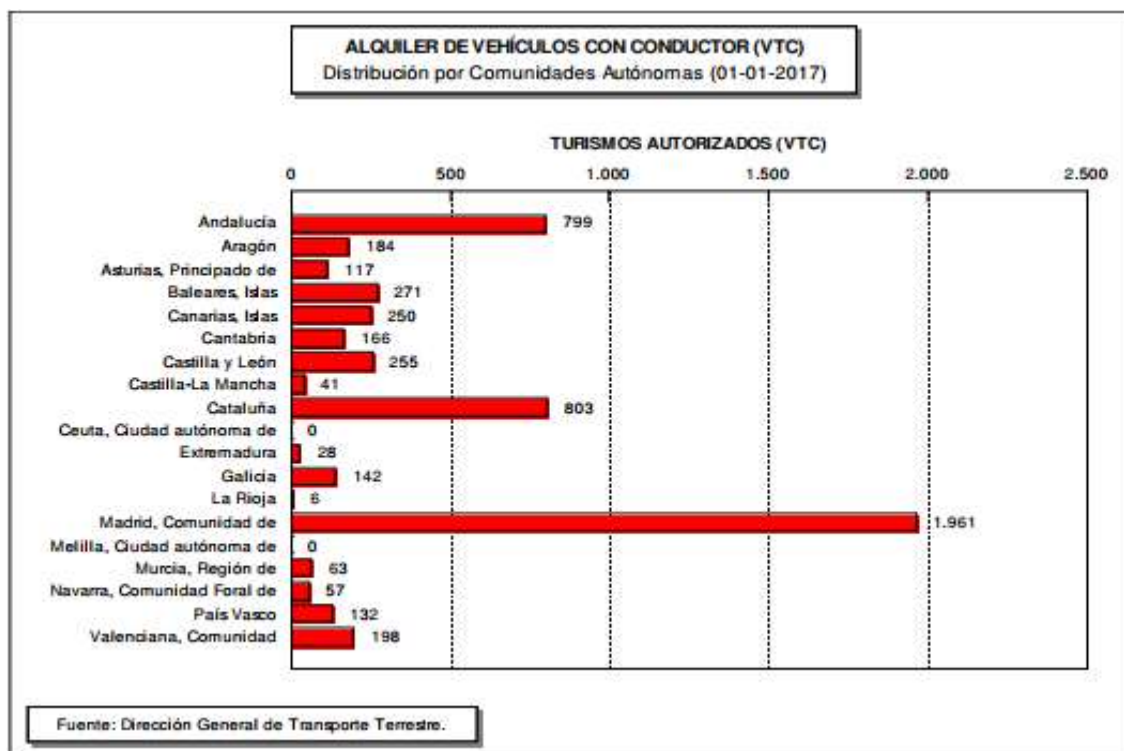
<sup>133</sup> <https://cabify.com/es-ES>

<sup>134</sup> Auto 707/2014 de medidas cautelares, del 9 de diciembre, adoptado por el Juzgado de lo Mercantil 2 de Madrid.

Es indudable que los VTC han irrumpido en la economía con mucha fuerza, ya que durante estos meses en los que Uber pudo ejercer su actividad durante 2014, la oferta del servicio ascendió a casi 20.000 conductores dados de alta, y la demanda de usuarios ascendió a 50.000 pasajeros.

Actualmente ya no sólo está Uber que presta sus servicios a nivel global, sino que en España, Cabify ha cobrado mucho protagonismo en estos tres años ya que ofrece un servicio más completo que el taxi y aporta más beneficios al consumidor.

**Figura 5.4. VTC por Comunidades Autónomas**



La distribución de los VTC por CC.AA. es muy similar a la de los taxis, ya que la mayoría de los vehículos prestan sus servicios en la Comunidad de Madrid, Cataluña y Andalucía. Casi dos tercios del total de VTC en España prestan sus servicios en estas tres comunidades y más de un tercio del total lo hace solo en la Comunidad de Madrid.

Las principales empresas de VTC que operan en España son Uber y Cabify, y esta última actualmente presta sus servicios en Madrid, Barcelona, Valencia, Bilbao, A Coruña, Málaga y Sevilla.

Las CC.AA. que cuentan con un menor número de VTC son La Rioja, Extremadura y Castilla la Mancha ya que no superan los 50 vehículos en toda su comunidad. Además Ceuta y Melilla, no tienen ningún VTC.



**Tabla 5.1. Proporción de VTC por taxi distribuido por CC.AA**

CC.AA.	TAXI	VTC	Proporción VTC por TAXI
Andalucía	9.742	799	8,20%
Aragón	2.313	184	7,95%
Asturias	1.453	117	8,05%
Baleares	2.793	271	9,70%
Canarias	6.196	250	4,03%
Cantabria	545	166	30,46%
Castilla y León	2.457	255	10,38%
Castilla - La Mancha	1.235	42	3,40%
Cataluña	13.428	803	5,98%
Ceuta	118	0	0%
Extremadura	985	28	2,84%
Galicia	3.940	142	3,60%
La Rioja	176	6	0,34%
Madrid	16.070	1.961	12,20%
Melilla	60	0	0%
Murcia	854	63	7,38%
Navarra	474	57	12,02%
País Vasco	3.239	132	4,07%
C. Valenciana	4.894	196	4%
<b>TOTAL</b>	<b>70.972</b>	<b>5472</b>	

Fuente: Observatorio del Transporte de Viajeros por Carretera. Oferta y Demanda.

En cuanto a la proporción de VTC por taxi la comunidad autónoma con mayor proporción es Cantabria con casi un VTC por cada 3 taxis, la siguiente ya es Madrid con 1,2 VTC por cada taxi. El resto de CC.AA. presenta proporciones muy similares.

### **5.3. REGULACIÓN TRADICIONAL APLICABLE A LOS OPERADORES DE TAXI Y VTC.**

Hasta la fecha se carece de una regulación legal específica para el transporte colaborativo, si bien es cierto que se han producido algunas modificaciones reglamentarias para los VTC pero solo perjudican su desarrollo. Es por ello que este tipo de transporte se ha enmarcado en las normas regulatorias del transporte por carretera, contenidas en la LOTT<sup>135</sup>.

<sup>135</sup> VELASCO SAN PEDRO, L.A. (2017).

Por tanto, la actividad de los operadores de taxi y VTC consiste en la realización de un servicio de transporte: a) de viajeros por carretera con el fin de realizar desplazamientos de personas y sus equipajes en vehículos acondicionados para tal fin (art. 63.1 a) LOTT); b) público cuando se lleva a cabo por cuenta ajena, mediante retribución económica (art. 62.2 LOTT); c) discrecional, cuando se lleva a cabo sin sujeción a itinerario, calendario ni horario preestablecido (art. 64.1 LOTT).

A nivel comunitario no existe regulación aplicable ni para el sector del taxi ni de los VTC ya que la Directiva 2006/123/CE de Servicios, en su artículo 2 apartado d) excluye expresamente a los servicios de transporte, incluido el transporte urbano, los taxis y ambulancias de su ámbito de aplicación.

A nivel estatal, la Constitución Española en su artículo 149.1.21ª establece que la Administración General del Estado tiene competencias en materia de transportes terrestres que discurran por más de una CCAA y por tanto, las competencias legislativas restantes en materia de transporte urbano corresponden a las CCAA ya que así lo han establecido en sus respectivos estatutos de autonomía, al amparo de lo dispuesto en la Constitución española, que les permite explícitamente asumir competencias en materia de transporte por carreteras “cuyo itinerario se desarrolle íntegramente en el territorio de la Comunidad Autónoma” (art. 148.1. 5ª CE).

No obstante, la LOTT establece que el otorgamiento de los títulos para la prestación de servicios de taxi o arrendamiento de VTC para aquellos servicios que discurran por más de una CCAA corresponde a las CCAA. De forma que será de aplicación la normativa estatal cuando:

- a) La legislación autonómica sobre taxis detalle que se aplique la legislación estatal.
- b) Las CCAA no tengan legislación sobre los VTC<sup>136</sup>.
- c) Los transportes intrarregionales en las CCAA tenga habilitados títulos competenciales distintos del transporte, en los que las CCAA no tengan competencias exclusivas.

Por su parte, corresponde a la Comunidad Autónoma distribuir las competencias sobre transportes intraautonómicos entre la Administración autonómica y las Administraciones locales existentes en el territorio de la CCAA. Para un mismo transporte se puede obtener un título otorgado por la autoridad local y otro otorgado por la autoridad autonómica que permitan la prestación del servicio<sup>137</sup>.

Centrándonos en los VTC, se adoptó la Orden FOM/36/2008, de 9 de enero, por la que se desarrolla el ROTT en materia de arrendamiento de vehículos con conductor<sup>138</sup>. Según estas normas se requiere la posesión de

---

<sup>136</sup> STC 90/2012, excluye la aplicación de sanciones administrativas tipificadas en normativa estatal en materia de transportes terrestres.

<sup>137</sup> CNMC (2016).

<sup>138</sup> La última modificación de la LOTT fue efectuada por la Ley 9/2013, de 4 de julio con objeto de dar base legal para el desarrollo reglamentario tras la Sentencia del Tribunal Supremo de 14 de febrero de 2012. Actualmente se ha aprobado el Real Decreto 1057/2015, de 20 de noviembre, por el que se realiza

una autorización que será expedida por la Administración competente para la realización de transporte público de viajeros, para ello se exige el cumplimiento de unos requisitos. Al margen de estos, las CCAA pueden crear sus propios regímenes de autorización<sup>139</sup>.

La Ley 25/2009 eliminó la habilitación al desarrollo reglamentario que fijaba la LOTT y eliminó la obligatoriedad de requisitos de acceso para los VTC desarrollada por el ROTT y la Orden FOM/36/2008. Esto se consiguió mediante Sentencia del Tribunal Supremo, de 14 de febrero de 2012, que anuló algunos requisitos recogidos en el artículo 181 de la ROTT, tales como: local físico, número mínimo de vehículos y número mínimo de conductores; por carecer de base legal. Además la Sentencia de la Audiencia Nacional anuló estos mismos requisitos y el relativo a la potencia de los vehículos (art. 11.1 a) de la Orden FOM/3203/2011<sup>140</sup>).

Por el contrario, la LOTT vuelve a reintroducir las restricciones anuladas por la STS 2012 y a su vez el RD 1057/2015, de 20 de noviembre, por el que se modifica el Reglamento de la Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres, aprobado por Real Decreto 1211/1990, de 28 de septiembre, en materia de arrendamiento de vehículos con conductor, para adaptarlo a la Ley 9/2013, de 4 de julio, por la que se modifica la Ley 16/1987, de 30 de julio, de Ordenación de los Transportes Terrestres y la Ley 21/2003, de 7 de julio, de Seguridad Aérea, junto con la Orden Ministerial FOM/2799/2015 elimina requisitos tales como la obligatoriedad de disponer de garajes, necesidad de informe favorable del Ayuntamiento para el otorgamiento de autorizaciones, obligatoriedad de que los servicios sea contratados en las oficinas o locales de la empresa, obligación de disponer de dos conductores por cada tres autorizaciones y la prohibición de llevar publicidad e introduce otros requisitos tales como disponer de un determinado número de vehículos y carácter representativo de los vehículos basado en la potencia, dimensiones y antigüedad de los vehículos que fueron derogados por la Sentencia del Tribunal Supremo de 14 de febrero de 2012. Además se concretan las siguientes restricciones:

- Posibilidad de denegar la autorización si se considera un desequilibrio entre oferta y demanda.
- Otorgamiento de autorizaciones por vehículo y no por empresa.
- Prohibición de circular con pasajeros sin un contrato de arrendamiento y ofrecer sus servicios circulando en las vías públicas en busca de clientes.

### **5.4. ANÁLISIS DE LA REGULACIÓN DEL SECTOR DEL TAXI Y LOS VTC DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA CNMC**

---

una modificación del ROTT y la Orden FOM/2799/2015, de 18 de diciembre, por la que se modifica la Orden FOM/36/2008

<sup>139</sup> CNMC (2016).

<sup>140</sup> La cual modificó la Orden FOM/36/2008.

Los sectores del taxi y los VTC tienen una fuerte intervención por parte de las Administraciones anteriormente citadas (estatal y autonómica) y son: restricciones a la oferta (limitación del número de licencias), requisitos de calidad y ejercicio de la actividad, y establecimiento de precios regulados (taxis).

La existencia de estas restricciones se justifica por la existencia de unos fallos de mercado basados en la asimetría de información y la presencia de externalidades negativas. Por eso, es necesario una revisión de la normativa aplicable ya que no es homogénea y en este sector se hace a nivel local.

### **5.4.1. Restricciones de acceso**

Actualmente, en España, para poder prestar el servicio de transporte urbano de viajeros se exige contar con una licencia expedida por la autoridad competente. Además hay un número limitado de autorizaciones de taxi y VTC en cada municipio y Comunidad Autónoma, por ejemplo, legalmente solo puede haber una licencia de VTC por cada 30 licencias de taxi (art. 81 ROTT).

La CNMC y otras autoridades de competencia están en contra de esta restricción ya que consideran que es una barrera de entrada al mercado injustificada en términos de competencia.

La justificación de esta restricción se basa en: i) la existencia de externalidades negativas tales como la polución y congestión en la vía, ii) garantizar un determinado nivel de calidad al servicio prestado por taxis y VTC.

#### **A. Externalidades negativas**

Por un lado, existen argumentos a favor de limitar las licencias para evitar una mayor congestión en la vía pública. La mayor circulación de taxis y VTC supone unos costes de congestión al conjunto de los usuarios de la vía pública.

Por otro lado, existen razonamientos que llevan a dudar de que los beneficios derivados de la restricción de la oferta sean superiores a los costes que ésta produce a los usuarios y las razones que los sustentan son:

- La demanda no satisfecha de servicios de taxi es cubierta por el uso del vehículo particular lo que anularía el beneficio a efectos de congestión.
- La limitación del número de licencias reduce el número de taxis en zonas de la ciudad y horarios en los que no hay problemas de congestión y sería más eficiente la circulación de más vehículos.

Desde el punto de vista económico, como la congestión también la causan los vehículos privados resultaría más eficiente el establecimiento de impuestos correctores para reducir el grado de congestión de la ciudad y así se resolvería la externalidad en su origen.

Existe otra externalidad negativa, la contaminación, que es causada tanto por VTC y taxi como por vehículos privados por lo que igual que con la

congestión la solución no es limitar las licencias sino aplicar impuestos que corrijan ambas externalidades.

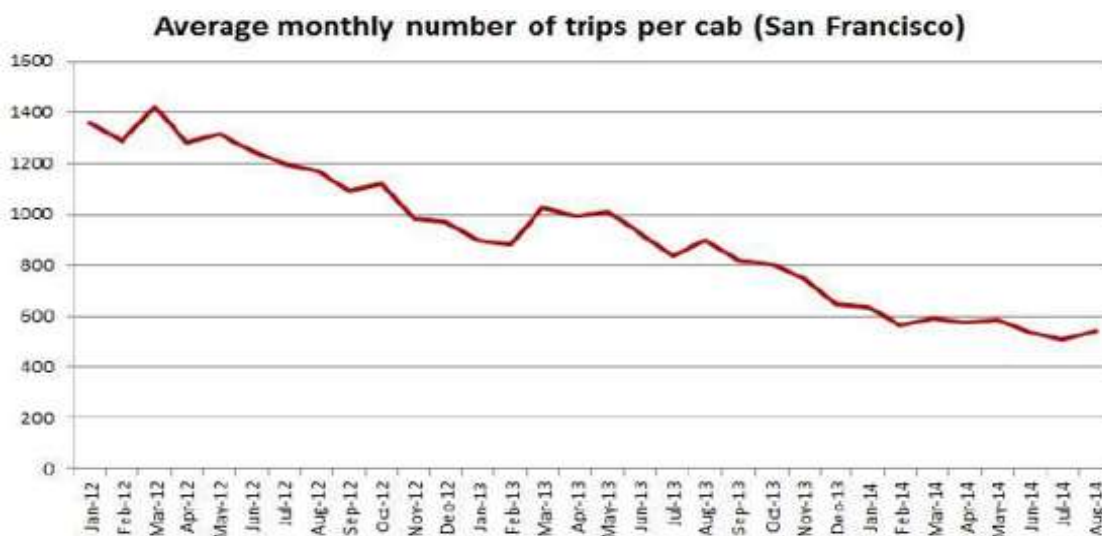
**B. Calidad**

En cuanto a calidad, la CNMC está a favor de la limitación de las licencias ya que un exceso de entrantes reduciría las rentas obtenidas por los taxis y finalmente invertirán menos recursos a la calidad del servicio y al mantenimiento del vehículo. Además frente al establecimiento de un máximo de licencias se puede establecer: mecanismos de auto-regulación o mecanismos de regulación proporcionada, de tal forma que aseguren un mínimo de calidad.

Por el contrario, esta restricción puede generar una menor calidad en la prestación del servicio ya que la entrada de nuevos operadores aumenta la competencia y uno de los factores que utilizan para diferenciarse es la calidad. Si esta presión competitiva se elimina la calidad media disminuiría y se equipararía a estándares inferiores.

Además, la dificultad para acceder al mercado produce un efecto económico de escasez de licencias y cuando las licencias no tienen una caducidad adquieren un valor económico en un mercado secundario de licencias de taxi. El incremento del número de licencias y de taxis reduciría el valor de la licencia.

**Figura 5.5. Media de trayectos por taxi en San Francisco**



Fuente: CNMC

En algunas ciudades, la liberalización de las restricciones ha llevado a un aumento de la presión competitiva, por ejemplo, en San Francisco (gráfico nº7) se ve un descenso en el número de trayectos por taxi, y el culpable de esto han sido los nuevos modelos de prestación de servicios de transporte. En 2010 entró a operar Uber en esta ciudad y desde entonces ha descendido el

uso del taxi, concretamente en tan solo dos años el uso de los servicios del taxi han descendido un 65%<sup>141</sup>.

Por el contrario, las ciudades en las que hay una falta de presión competitiva se eliminan los incentivos a desarrollar la innovación en la prestación del servicio. Aquellos que optan por la liberalización de las restricciones optan por las innovaciones como nuevos modelos organizativos, nuevas estructuras tarifarias y nuevos modelos de contratación<sup>142</sup>.

A raíz de la aparición de estos nuevos modelos de transporte que utilizan internet para desarrollar su actividad, las empresas tradicionales de taxi han desarrollado aplicaciones y plataformas de contratación que suponen una mejora para los consumidores, y así acercarse al exitoso modelo de los nuevos operadores en el sector<sup>143</sup>.

Finalmente en España, con la entrada en vigor de la Ley 25/2009, de 22 de diciembre, comúnmente conocida como la Ley Omnibus se modifican cuarenta y seis leyes en el sector servicios y concretamente se liberaliza el sector transporte por lo que se decide eliminar la barrera de una licencia de VTC por cada treinta de taxi pudiendo solicitar a la Administración todas las licencias que se desee, y en la actualidad la proporción de licencias ha pasado a ser un VTC por cada cuatro taxis<sup>144</sup>.

### 5.4.2. Restricción del ámbito territorial de la licencia

Según la legislación estatal (LOTT) y la autonómica, corresponde a los municipios la competencia para la expedición de las licencias de taxi, y estos deberán limitarse a prestar sus servicios en el municipio correspondiente.

Aquellos taxis que quieran prestar su servicio más allá de su localidad, deberán contar con una habilitación adicional que será autorizada por la Comunidad Autónoma a la que pertenezca. Esta exigencia supone un mayor coste para los conductores que opten por ampliar su ámbito territorial.

En cuanto a los VTC, también se les limita el ámbito geográfico en el que desarrollar su actividad, en este sentido, el ROTT dispone que pueden dedicarse al transporte de viajeros dentro de la Comunidad Autónoma donde se encuentre domiciliada su autorización (art. 182.5 ROTT).

Actualmente, en España, parece no cumplirse, a modo de ejemplo en el verano de 2017 en la Feria de Málaga hemos presenciado muchos conflictos entre taxis y Cabify debido a que Cabify dada la creciente demanda durante

---

<sup>141</sup> CNMC (2016).

<sup>142</sup> Ibid.

<sup>143</sup> MyTaxi es un ejemplo de innovación en este sentido tanto en el mundo como en España. Consiste en una aplicación para smartphones que supone la evolución de la llamada para pedir un taxi, y esta pone en contacto al taxista con el usuario de forma muy rápida y sencilla.

<sup>144</sup> “Fomento admite que el número de licencias de VTC es el triple de lo permitido” Periódico EL PAÍS, disponible en: [https://elpais.com/economia/2017/11/29/actualidad/1511959575\\_197857.html](https://elpais.com/economia/2017/11/29/actualidad/1511959575_197857.html)

esas fechas decidió llevar treinta y cinco vehículos de refuerzo a la ciudad, y los taxistas de la ciudad no lo toleraron<sup>145</sup>.

La realidad es que tal como establece el ROTT en su artículo 182 “los VTC deberán ser utilizados habitualmente en la prestación de servicios destinados a atender necesidades relacionadas con el territorio de la comunidad autónoma en que se encuentre domiciliada la autorización en que se amparan”<sup>146</sup> con lo cual no están cumpliendo con lo establecido ya que los coches de refuerzo procedían de Madrid y está fuera del ámbito territorial, pero en este mismo artículo se pone de manifiesto que mientras cumplan con los requisitos (art. 182.1 ROTT)<sup>147</sup> podrán realizar servicios tanto urbanos como interurbanos en todo el territorio nacional, es decir, si podrían aportar los vehículos de otra Comunidad Autónoma.

Cabify ha destacado que el traslado de vehículos de otras comunidades para reforzar el servicio en grandes eventos, como la Feria de Málaga, es “totalmente legal y su habitualidad fue pactada y regulada a instancias del taxi por el Ministerio de Fomento”.<sup>148</sup>

Con respecto a esta restricción han opinado diferentes autoridades de competencia y en particular la CNMC, que esta limitación crea barreras en la prestación tanto del servicio de taxi como el de VTC, restringiendo la competencia y compartimentando un mercado que podría tener un ámbito mayor.

Desde el punto de vista económico, esta limitación del ámbito territorial afecta negativamente ya que elimina la posibilidad de que los oferentes aprovechen las economías de escala que ofrece un mercado más amplio al poder operar en un mayor número de municipios, en cuyo caso se realizaría un uso más eficiente del vehículo y se reducirían los costes asociados a la realización y la gestión de la actividad.

Desde el punto de vista de la competencia, esta restricción no genera beneficios ya que países europeos<sup>149</sup> que han optado por la liberalización y la eliminación de las limitaciones geográficas, han aumentado su oferta y la calidad de los servicios. Además en el caso de Irlanda también ha beneficiado a la demanda ya que ha aumentado el número de clientes debido a la competencia vía precios.

### 5.4.3. Establecimiento de tarifas reguladas en el sector del taxi

---

<sup>145</sup> “Los taxistas siguen en huelga en plena Feria de Málaga contra Cabify, que denuncia agresiones y daños” Noticia de RTVE disponible en: <http://www.rtve.es/noticias/20170814/taxistas-siguen-huelga-plena-feria-malaga-contra-cabify-denuncia-agresiones-danos/1597541.shtml>

<sup>146</sup> Ibid.

<sup>147</sup> Establece que los VTC podrán circular únicamente si se justifica que están prestando un servicio previamente contratado, deben llevar a bordo la documentación acreditativa y no pueden circular por las vías públicas en busca de clientes.

<sup>148</sup> “Los taxistas siguen en huelga en plena Feria de Málaga contra Cabify, que denuncia agresiones y daños” Noticia de RTVE.

<sup>149</sup> Suecia e Irlanda.

Como norma general, en España las normativas del taxi establecen la obligatoriedad de aplicar las tarifas sin posibilidad de realizar descuentos sobre las mismas. Las tarifas que se establecen pueden ser tanto de tarificación fija como de tarifas máximas.

Por ejemplo, el Reglamento Metropolitano del taxi en Barcelona establece que la prestación del servicio de taxi está sujeta a tarifas obligatorias y suplementos autorizados para los titulares de las licencias, conductores y usuarios (artículo 47) y dispone que la fijación de las tarifas aplicables a los servicios urbanos de taxi se ajustará a lo que prevé la normativa vigente en materia de precios.

Hay excepciones, como la tarifa de recogida en la contratación telemática de servicios de taxi en las que, en el caso de Madrid, se trata de tarifas máximas y consecuentemente a un margen de decisión en su aplicación por parte del titular de la licencia.

El establecimiento de tarifas reguladas se ha justificado por la existencia de costes de búsqueda y la existencia de información asimétrica para los usuarios que se ven perjudicados por el mayor poder de negociación de los conductores. Por ejemplo, en los aeropuertos o estaciones, el taxista cuenta con mayor información sobre el servicio que el usuario, ya que para éste es difícil estimar la duración y el coste del trayecto desde estos lugares. Además de mayores problemas para el usuario como la creciente información asimétrica derivada del desconocimiento de la ciudad.

Resultaría prácticamente imposible para un usuario comparar precios de aquellos taxis que circulan por la calle, por ello, la CNMC considera que el usuario aceptará el primer taxi que circule por la calle, siempre que el exceso de precio que le ofrece dicho taxi sobre su precio esperado sea menor que el valor del tiempo que estima esperar hasta la aparición del siguiente taxi<sup>150</sup>.

De esta forma, cada taxi tendría un incentivo a subir las tarifas lo suficiente para no perder el cliente, llegando a precios muy altos que justificarían la existencia de tarifas máximas reguladas con el fin de que esto no suceda.

Aunque algunos consideran que la existencia de tarifas reguladas eliminaría los costes de búsqueda (ya que el usuario contaría desde el primer momento con la información del precio del servicio que cobran los taxis), la realidad es que la única forma de que el usuario disponga de mayor información es mediante la modalidad de contratación previa ya que se puede ejercer la búsqueda eficiente del servicio de un taxi pudiendo comparar las distintas ofertas existentes. Este caso es similar a la contratación de un servicio de VTC.

Con la aparición de las nuevas tecnologías, en forma de aplicaciones móviles y sistemas de reputación, ha surgido esta modalidad de contratación previa que permite buscar y encontrar en tiempo real servicios de transporte

---

<sup>150</sup> CNMC (2016).



urbano. Este modelo ha fomentado la reducción de los costes de búsqueda, de la información asimétrica, y en consecuencia, el poder de negociación de los taxistas. Además ha permitido comparar eficientemente los precios entre los distintos oferentes de servicios de transporte.

La CNMC, en contra de la normativa española, considera que la libertad de precios sería más beneficiosa para el mercado ya que estos se ajustarían más a las circunstancias del mismo. Además, gracias a la mayor información disponible para ambas partes, prestador y usuario, se podría aplicar precios mayores y reducirlos cuando la demanda sea menor.

En España se ha demostrado que aquellas ciudades que han optado por la libre fijación de precios han obtenido beneficios como reducciones en las tarifas y mayores condiciones para los usuarios. Este es el caso de Madrid, que en 2014 con la llegada de Uber, anunció la congelación de las tarifas y estableció que unas tarifas máximas para aquellos servicios contratados por radioemisora, por teléfono o cualquier otro medio telemático (art. 41.2 Ordenanza Municipal del Taxi)<sup>151</sup>. En otros países como Irlanda, Suecia, Reino Unido, Holanda, Nueva Zelanda, Japón y EE.UU. ya decidieron hace unos años optar por la libre fijación de precios y el establecimiento de tarifas máximas. Además Irlanda establece tarifas planas en trayectos cortos y descuentos en trayectos largos lo cual aumenta el uso de estos servicios<sup>152</sup>.

#### 5.4.4. Requisitos de calidad y seguridad

La normativa aplicable al taxi y al VTC establece un importante mínimo de requisitos de calidad y seguridad, dirigidos a garantizar un cierto estándar en la prestación del servicio, además de una cierta garantía del estado y mantenimiento del vehículo. Estos requisitos se justifican por la existencia de información asimétrica entre el conductor y el consumidor, ya que en el momento de contratación el usuario no dispone de toda la información relevante. Tradicionalmente, se establecían determinados umbrales de calidad y seguridad que ofrecieran una mayor confianza al consumidor<sup>153</sup>.

Actualmente, se establecen unos requisitos que aplican sobre el conductor y sobre el vehículo, por ejemplo, el DECRETO 74/2005, de 28 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Transporte Público Urbano en Automóviles de Turismo de la Comunidad de Madrid establece que para obtener la licencia se debe disponer de un vehículo que no supere la antigüedad de dos años (art. 10.1 f)), esto supone una gran barrera de entrada al mercado y se duda de su proporcionalidad. En esta línea, el ROTT establece que los vehículos no podrán continuar dedicados a la actividad de arrendamiento con conductor a partir de que alcancen una antigüedad superior a diez años, contados desde su primera matriculación. No obstante, no existirá limitación alguna en cuanto a la antigüedad del vehículo, cuando el mismo tenga una potencia fiscal igual o superior a 28 CVF o se trate de un

---

<sup>151</sup> Establece que el aparato taxímetro iniciará el servicio con la tarifa de "inicio del viaje" que corresponda, interrumpiéndose la continuidad del contador cuando llegue a la cuantía máxima establecida.

<sup>152</sup> CNMC (2016).

<sup>153</sup> Ibid.

## CAPÍTULO 5

vehículo histórico de los definidos como tales en la reglamentación sobre tráfico, circulación de vehículos a motor y seguridad vial (art. 181.2 ROTT).

En cuanto al vehículo, la Ordenanza municipal del taxi de Madrid establece en su artículo 17 unas características específicas para los vehículos como: dimensiones mínimas, tapicería de colores y diseños discretos, de fácil limpieza, reposacabezas en todas las plazas, calefacción, aire acondicionado, etc. Para los VTC, el ROTT, establece que no tendrán una capacidad superior a nueve plazas, incluida la del conductor y deberán reunir las siguientes características: a) Motor con una potencia igual o superior a doce caballos de vapor fiscales (CVP). b) Longitud mínima exterior igual o superior a 4,60 metros (art. 181.2 ROTT).

Los estándares fijados deben permitir la existencia de distintas combinaciones de precio y calidad del servicio evitando que los estándares fijados sean demasiado elevados porque supondría una barrera de entrada para futuros operadores y un incremento de los costes para los usuarios.

En cuanto al conductor, esta misma Ordenanza establece requisitos como: conocimiento del medio físico, ubicación de las oficinas públicas, centros oficiales, hoteles principales, lugares de ocio, etc (art. 28 Ordenanza municipal del taxi de Madrid).

Además, gracias a las nuevas tecnologías basadas en la aplicación de sistemas de reputación, se reduce la información asimétrica sobre las características del conductor y del vehículo, tales como: limpieza, sistema de climatización, comodidad del vehículo, amplitud, amabilidad del conductor, agilidad del conductor, comportamiento del conductor con los viajeros, etc. Gracias a estos sistemas de reputación, el usuario conoce más características sobre el servicio antes de contratarlo, junto con las valoraciones proporcionadas por otros usuarios.

Desde el punto de vista de la calidad y seguridad, se empieza a dudar de la necesidad de una regulación tan minuciosa ya que esto puede repercutir negativamente en los usuarios finales, quienes verán incrementado el precio final del servicio. Pero también justifican la excesiva regulación debido a que garantiza una conducción segura por parte de conductores y vehículos. Por ejemplo, la obligación de inspección técnica periódica se considera una medida necesaria, ahora bien, la desproporcionalidad de la medida reside en la periodicidad que se exige a estos vehículos con respecto a cualquier vehículo que circula por la vía pública.

El Real Decreto 2042/1994, de 14 de octubre, por el que se regula la Inspección Técnica de Vehículos (ITV), establece en su artículo 6.1 apartado c) que “ambulancias y vehículos de servicio público dedicados al transporte de personas, incluido el transporte escolar, con o sin aparato taxímetro, con capacidad de hasta nueve plazas, incluido el conductor” deberán pasar la ITV anualmente cuando el vehículo tenga una antigüedad menor a cinco años, mientras que, cuando el vehículo supere los cinco años de antigüedad, lo hará semestralmente. Sin embargo, cualquier otro vehículo de un particular, deberá

pasar la ITV cada dos años cuando el vehículo tenga una antigüedad inferior a diez años, y a partir de entonces, pasará la ITV anualmente.

En orden a la seguridad de los usuarios se establece la obligación de una póliza de seguros que cubra los posibles daños materiales y personales que puedan sufrir terceras personas durante el trayecto. Esta medida es necesaria siempre y cuando no sea demasiado elevada ya que sería desproporcionada, es el caso de Madrid que en su Ordenanza municipal establece que “el titular de la licencia ha de tener cubierta en cuantía no inferior a 50 millones de euros su responsabilidad civil por los daños que se causen con ocasión del transporte” (art. 4), es bastante improbable que cuando se produzca un siniestro el coste de los daños sea por tal cuantía.

### **5.4.5. Otras restricciones**

#### **A. Participación de las asociaciones y organizaciones representativas del sector del taxi**

En determinadas normativas municipales se prevé la participación de las asociaciones representativas de titulares de licencias con carácter previo a la adopción de medidas por parte de la Administración, tales como la concesión de licencias y la revisión de las tarifas.

Es el caso de Madrid, que en el artículo 6 de la Ordenanza municipal del taxi establece que “el otorgamiento de nuevas licencias de autotaxi corresponde al Ayuntamiento de Madrid y se realizará mediante concurso público previa consulta a las asociaciones representativas de los titulares de licencias” Además también dispone en su artículo 48 que “el régimen tarifario aplicable a los servicios de autotaxi, se propondrá por el Ayuntamiento de Madrid al órgano competente en materia de precios de la Comunidad de Madrid, previa audiencia de las Asociaciones representativas de los titulares de licencias”.

Por una parte, es positivo que dejen participar a las asociaciones en la toma de decisiones ya que son los principales afectados, pero, por otra parte, puede ser perjudicial para la competencia potencial ya que las asociaciones de taxistas crearán barreras de entrada al mercado, lo cual perjudicaría a otros competidores no incluidos en estas organizaciones como los VTC.

Los problemas que surgen de la participación de estas asociaciones son: la existencia de información asimétrica entre Administración y operadores, ya que son estos últimos los que mejor conocen el mercado y la existencia de un elevado riesgo de que derive en un sistema de autorregulación.

Desde el punto de vista de la revisión de tarifas, los operadores cuentan con una mayor información sobre los costes del servicio, pudiendo engañar a la Administración presentando una estructura de costes mayores que los reales y de esta forma, conseguir unas tarifas más elevadas.

Por todo esto, la Directiva de Servicios propone la exclusión de los operadores afectados en la adopción de decisiones para eliminar barreras de entrada al mercado evitando monopolios y fomentar una competencia perfecta.

### **B. Establecimiento de horarios y régimen de descanso**

La normativa del taxi trata de ordenar la oferta del servicio del taxi mediante el establecimiento de una serie de turnos y periodos de descanso obligatorio. La principal razón para establecer esta medida es para asegurar la seguridad tanto del conductor como de los pasajeros durante el trayecto.

La Ordenanza municipal del taxi de Madrid establece un régimen general de descanso de un día entre semana y un día el fin de semana, y un periodo máximo de descanso que será de 24 horas y deberá estar comprendido entre las 6 y las 6 horas del día siguiente (art. 37.1). Además establece que deberán prestar servicio de lunes a domingo un mínimo de 7 horas diarias (art. 38).

La CNMC considera que no existe razón para que la Administración determine los horarios en los que debe cumplirse dicha obligación ya que bastaría con establecer el número máximo y el periodo de descansos, dando libertad a los prestadores de distribuir el horario a su elección. Además la Ordenanza de Madrid establece el día de la semana específico que deben descansar, y esto junto con lo anterior, es considerado por la CNMC un requisito desproporcionado e innecesario.

Sin embargo, para los VTC no se exige este régimen de horarios y descansos y prestan actividades muy similares por lo que deberían requerir un nivel de seguridad similar. Por una parte, esto puede ser beneficioso para los trabajadores ya que podrían distribuir los horarios con libertad, pero por otro lado, puede ser perjudicial tanto para el conductor como para los pasajeros ya que hay algunos que deciden no descansar y ponen en peligro la seguridad de terceros<sup>154</sup>.

La CNMC considera que sería más eficaz para el funcionamiento del mercado la ausencia de esta medida ya que la considera desproporcionada y considera más razonable que en momentos de elevada demanda haya más taxis en circulación y por el contrario, cuando la demanda sea baja que hubiera menos taxis circulando por la vía pública.

### **C. Limitación de la titularidad y número de licencias de taxi por persona**

La normativa del taxi establece la concesión de licencias de taxi a personas físicas o cooperativas de trabajo, excluyendo así a personas jurídicas. Por el contrario, hay normativas municipales que establecen sus

---

<sup>154</sup> “Caza al pasajero” Equipo de investigación, un exconductor de Cabify (VTC) testificó que había prestado su servicio durante 73 horas sin descanso y esto es algo ilegal ya que es una explotación al trabajador y un riesgo de seguridad contra terceros. Disponible en: [http://www.atresplayer.com/television/programas/equipo-de-investigacion/temporada-1/capitulo-215-caza-pasajero\\_2017113000845.html](http://www.atresplayer.com/television/programas/equipo-de-investigacion/temporada-1/capitulo-215-caza-pasajero_2017113000845.html)

propios requisitos, por ejemplo, el Reglamento Metropolitano del taxi de Barcelona en su artículo 15.2 admite expresamente la concesión de licencias a personas físicas o jurídicas.

Además otras ciudades posibilitan la entrada en el mercado a empresas a través de la creación de flotas de vehículos de taxi. Esto genera beneficios tales como: mayor eficiencia económica a través de la creación de economías de escala, reconocimiento de una imagen de marca por parte de los usuarios y creación de competencia entre flotas<sup>155</sup>.

En cuanto al número de licencias de taxi por persona cada normativa municipal estable sus propias limitaciones, por norma general, se expiden una licencia de taxi a favor de una persona (art. 6.2 de la Normativa Municipal de Córdoba) pero, por ejemplo en Barcelona, la normativa municipal establece que las personas físicas y jurídicas pueden ser titulares de más de una licencia de taxi hasta un máximo de cincuenta (art. 18 del Reglamento Metropolitano del taxi de Barcelona).

La CNMC considera que tener varias licencias de taxi en propiedad podría favorecer la reducción de costes a través del aprovechamiento de economías de escala y consecuentemente la reducción de precios del servicio lo que beneficiaría a los consumidores finales<sup>156</sup>.

### **D. Limitación de la posibilidad de conductores distintos al titular de la licencia del taxi**

Para la concesión de la licencia se exige al propietario de la misma que acredite los conocimientos básicos de conducción (carnet de conducir) y otros requisitos en materia de seguridad (inexistencia de antecedentes penales). En el sector del taxi solo el propietario de dicha licencia puede conducir el vehículo lo cual genera una ineficiencia en la utilización del taxi, ya que una sola persona no puede sobrepasar un determinado número de horas de conducción.

Sin embargo, esto no sucede con los VTC y su actividad resulta mucho más eficiente ya que las autorizaciones son concedidas para cada vehículo con independencia del conductor o conductores que realicen el servicio.

### **E. Prohibición de arrendar, traspasar o ceder la explotación o el vehículo**

La normativa establece que solo se podrá enajenar la licencia *inter vivos* o *mortis causa* siempre mediante autorización administrativa. El Reglamento metropolitano del taxi de Barcelona en su artículo 22.1 establece que “las licencias para la prestación de los servicios urbanos de taxi son transmisibles previa autorización de la EMT” Esta restricción reduce la capacidad de actividad de los propietarios de la licencia y supone barreras de salida al establecer limitaciones para la recuperación de la inversión y el traspaso de la licencia en caso de querer finalizar la actividad.

---

<sup>155</sup> CNMC (2016).

<sup>156</sup> CNMC (2016).

En el caso de los VTC, no es legal arrendar la licencia pero en España actualmente hay un mercado negro de licencias y propietarios que hace unos años adquirieron sus licencias por 40€ las están enajenando ilegalmente por 55.000€<sup>157</sup>.

### **F. Necesidad de que las autorizaciones se otorguen por vehículo y no por empresa**

La normativa exige que las autorizaciones se otorguen por vehículo lo que supone elevados costes de tiempo y económicos para las empresas, ya que deberán realizar trámites administrativos y el pago que conlleva dicho proceso.

La CNMC considera que bastaría con conceder una autorización a la empresa y que ésta se responsabilice del cumplimiento, tal y como hacen en ciudades como California, donde las licencias se conceden a la empresa y no al vehículo<sup>158</sup>.

### **G. Obligatoriedad de contratación previa del servicio VTC para la circulación.**

El artículo 182.1 del ROTT establece que “cuando los vehículos adscritos a las autorizaciones de arrendamiento de vehículos con conductor estén ocupados por personas ajenas a la empresa titular de la autorización, únicamente podrán circular si se justifica que están prestando un servicio previamente contratado”, es decir, en España está prohibido que los VTC circulen por las vías públicas en busca de clientes, solo pueden circular cuando el servicio haya sido previamente contratado. Por el contrario, esta restricción no se aplica al taxi, aunque realice una actividad muy similar a la de los VTC.

Esto genera un gran conflicto en nuestro país ya que una parte de taxistas acusan a conductores que trabajan para Cabify de circular por las calles en busca de clientes, por ejemplo, en el aeropuerto de Barajas solo pueden acceder los taxistas quedando excluidos los trabajadores de VTC pudiendo estos prestar su servicio allí siempre y cuando haya sido previamente contratado y en un punto de encuentro más alejado del aeropuerto que el de los taxis<sup>159</sup>.

Esta restricción es discriminatoria y desproporcionada para los VTC y además perjudica a los consumidores finales que deberán pagar el precio fijado por el taxi siendo éste mayor que el de los VTC.

### **H. Obligación de disponer de un número mínimo de VTC.**

Las empresas dedicadas a la actividad de arrendamiento con conductor habrán de disponer en todo momento, en propiedad o arrendamiento

---

<sup>157</sup> “Caza al pasajero” Equipo de Investigación.

<sup>158</sup> En California las licencias se conceden por Transportation Network Companies (TNC) y no por vehículo.

<sup>159</sup> “Caza al pasajero” Equipo de investigación.

financiero, de al menos siete vehículos dedicados a esta actividad (art. 181.2 ROTT).

Esto supone una barrera de entrada al mercado, ya que para poder ejercer su actividad es necesario cumplir con esta obligación y requiere de grandes inversiones lo cual es un requisito desproporcionado.

## **5.5. ANÁLISIS DE LOS ÚLTIMOS CASOS EN MATERIA DE TRANSPORTE COLABORATIVO**

### **5.5.1. Asociación Élite Taxi vs. Uber Systems Spain, S.L.**

En 2014, la Asociación Profesional Élite Taxi, una organización profesional que agrupa a taxistas de la ciudad de Barcelona, interpuso una demanda ante el Juzgado de lo Mercantil nº 3 de Barcelona solicitando:

“1.- Que se declare como actos de competencia desleal por violación de normas y actos de engaño, la actividad que desarrolla UBER SYSTEMS SPAIN, S.L.

2.- Que se condene a la demandada a cesar en su conducta desleal consistente en dar apoyo a otras sociedades del grupo proveyendo servicios on demand de solicitudes efectuados mediante aparatos móviles y por Internet siempre y cuando ello esté directa o indirectamente vinculado con el uso de la plataforma digital UBER en España, así como la prohibición de su reiteración futura.

3.- La condena en costas a la parte demandada”<sup>160</sup>.

Concretamente, Élite taxi considera que Uber no tiene derecho a prestar el servicio UberPop, por el cual conductores particulares no profesionales llevan a cabo el transporte de viajeros en sus propios vehículos<sup>161</sup>, en Barcelona. Efectivamente, ni Uber ni los propietarios ni los conductores de los vehículos disponen de las licencias y autorizaciones establecidas en el artículo 11 del Reglamento Metropolitano del Taxi de Barcelona<sup>162</sup>.

Ante esta situación el Juzgado de lo Mercantil nº 3 de Barcelona consideró que la solución requería la interpretación del Derecho de la Unión, por lo que planteó al Tribunal de Justicia de la UE varias cuestiones relativas a la calificación de la actividad de Uber.

El Abogado General Szpunar señala que debe determinarse si las prestaciones ofrecidas por la plataforma Uber se benefician del principio de libre prestación de servicios en tanto que servicios de la sociedad de la

---

<sup>160</sup> TOURIÑO, A. (2016).

<sup>161</sup> BOBOC, S. (2017).

<sup>162</sup> CONCLUSIONES DEL ABOGADO GENERAL SR. MACIEJ SZPUNAR (11 de mayo de 2017): Asunto C-434/15.

información<sup>163</sup>, donde las licencias establecidas por el Reglamento Metropolitano del Taxi de Barcelona serían incompatibles, o si están incluidas en el ámbito del transporte<sup>164</sup> regulado por el Derecho de los Estados Miembros, quienes tendrían libertad para regular su actividad<sup>165</sup>.

En esta misma línea, considera que se trata de un servicio mixto, que estaría incluido en el concepto de servicio de la sociedad de la información cuando: 1) la prestación que no se facilita por vía electrónica es económicamente independiente de la facilitada mediante esta vía o 2) el prestador facilita todo el servicio o ejerce una influencia decisiva sobre las condiciones en que se presta.

Por tanto, el servicio ofrecido por Uber no cumple ninguno de estos dos requisitos. Sobre este particular, el Abogado General observa que los conductores que circulan en el marco de la plataforma Uber no ejercen una actividad propia que exista de manera independiente de dicha plataforma.

Además pone de manifiesto que no es el prestador quien controla los factores económicamente relevantes del servicio de transporte urbano sino que es la plataforma ya que Uber: i) impone a los conductores requisitos previos para el acceso a la actividad y su desarrollo; ii) recompensa económicamente a los conductores que llevan a cabo un número importante de trayectos y les indica los lugares y los momentos en los que pueden contar con un número de carreras importante o tarifas ventajosas ; iii) ejerce un control indirecto sobre la calidad de las prestaciones de los conductores, lo que puede llevarles incluso a ser expulsados de la plataforma, y iv) determina el precio del servicio<sup>166</sup>.

Todas estas características excluyen que Uber pueda ser considerado un mero intermediario entre conductores y pasajeros. Además, en el marco del servicio mixto ofrecido por la plataforma Uber, el transporte es la prestación principal y la que le confiere su sentido económico.

Szpunar concluye que la prestación de poner en contacto pasajero y conductor, facilitada por vía electrónica, ni es autónoma ni principal en relación con la prestación de transporte. Por ello, el servicio ofrecido por Uber no puede calificarse de «servicio de la sociedad de la información»: se trata más bien de la organización y gestión de un sistema completo de transporte urbano bajo petición<sup>167</sup>.

El Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) acaba de dictar la sentencia de 20 de diciembre de 2017 en la que determina que la plataforma de origen estadounidense no responde a la clasificación de "servicio de la

---

<sup>163</sup> Directiva 2003/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información.

<sup>164</sup> Directiva 2006/123/CE DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 12 de diciembre de 2006 relativa a los servicios en el mercado interior.

<sup>165</sup> CONCLUSIONES DEL ABOGADO GENERAL SR. MACIEJ SZPUNAR (2017).

<sup>166</sup> Ibid.

<sup>167</sup> Ibid.



sociedad de la información", sino a la de "servicio en el ámbito de los transportes"<sup>168</sup>.

La sentencia explica que un servicio de intermediación como el controvertido, que tiene por objeto poner en contacto, mediante una aplicación para smartphones, a cambio de una remuneración, a conductores no profesionales que utilizan su propio vehículo con personas que desean efectuar un desplazamiento urbano, está indisociablemente vinculado con un servicio de transporte y, por lo tanto, ha de clasificarse de "servicio en el ámbito de los transportes"<sup>169</sup>.

De esta forma, Uber queda excluido del ámbito de aplicación de la Directiva relativa a los servicios en el mercado interior y del de la Directiva sobre comercio electrónico, por lo que el servicio no está incluido en el ámbito de aplicación del artículo 56 TFUE, relativo a la libre prestación de servicios en general, sino en el del artículo 58 TFUE, apartado 1, disposición específica con arreglo a la cual "la libre prestación de servicios, en materia de transportes, se regirá por las disposiciones del título relativo a los transportes"<sup>170</sup>.

El TJUE considera que el servicio prestado por Uber no ofrece simplemente un servicio de intermediación ya que el prestador del servicio crea al mismo tiempo una oferta de servicios de transporte urbano, que hace accesible concretamente mediante aplicaciones informáticas y cuyo funcionamiento general organiza en favor de las personas que deseen recurrir a esta oferta para realizar un desplazamiento urbano.

El TJUE señala además a este respecto que la aplicación que proporciona Uber es indispensable tanto para los conductores como para las personas que desean realizar un desplazamiento urbano y también destaca que Uber ejerce una influencia decisiva sobre las condiciones de las prestaciones efectuadas por estos conductores.

Al considerar a Uber como un servicio de transporte, las autoridades nacionales podrían exigirle licencias como las que se les requieren a los profesionales del taxi<sup>171</sup>.

### **5.5.2. Federación Profesional del Taxi de Madrid vs. Maxi Mobility Spain, S.L.**

La Federación Profesional del Taxi de Madrid, que agrupa a taxistas de la Comunidad de Madrid, demandó ante el Juzgado de lo Mercantil nº 12 de Madrid a Maxi Mobility Spain, S.L., empresa titular del servicio conocido como Cabify, por competencia desleal, es decir, en la misma línea que el caso Uber.

---

<sup>168</sup> "La Unión Europea considera Uber empresa de transporte y la equipara al taxi" Noticia del periódico EXPANSIÓN, disponible en:

<http://www.expansion.com/juridico/sentencias/2017/12/20/5a3a2bddca4741d20a8b4618.html>

<sup>169</sup> Ibid.

<sup>170</sup> STJUE, 20 de diciembre de 2017, asunto C434/15.

<sup>171</sup> "Abogados de Élite Taxi afirman que la sentencia tiene implicaciones para otros negocios" Noticia de eldiario.es disponible en: [http://www.eldiario.es/politica/Abogados-Elite-Taxi-sentencia-implicaciones\\_0\\_720578110.html](http://www.eldiario.es/politica/Abogados-Elite-Taxi-sentencia-implicaciones_0_720578110.html)

## CAPÍTULO 5

La Federación Profesional del Taxi de Madrid entiende que Cabify incumple el artículo 15 LCD al entender que prestan el servicio de VTC sin respetar los requisitos exigidos por la legislación de transporte aplicable y, en particular, la ausencia de mecanismos técnicos necesarios de geolocalización e identificación para que los vehículos adscritos a la aplicación no puedan prestar los servicios si se encuentran fuera del domicilio en el que se encuentre domiciliada su autorización de transporte o circulando por las vías públicas, circunstancias no permitidas para este servicio<sup>172</sup>.

Los demandantes entienden que Maxi Mobility Spain, S.L. ha incumplido el artículo 182 del ROTT así como la Orden FOM 36/2008 de 9 enero, modificada por la Orden FOM/2799/2015 de 18 de diciembre.

El juez, no obstante, apuntó en su fallo la existencia de lagunas legales para valorar el funcionamiento de estas plataformas de intermediación en los servicios de transporte discrecional de viajeros<sup>173</sup>.

Según Cabify, el criterio del fallo del TJUE para determinar la naturaleza de "servicio de transporte" de la actividad de Uber Pop en Barcelona no resulta aplicable al servicio prestado por Cabify, "puesto que, al constituirse en España, Cabify lanzó (en su condición de agencia de viajes<sup>174</sup>) una plataforma para facilitar la intermediación entre sus usuarios y un sector profesional preexistente: los transportistas titulares de licencias VTC. Dichos transportistas vienen desarrollando desde hace muchos años la actividad de arrendamiento de vehículos con conductor en España, dando estricto cumplimiento de la normativa que regula el transporte de viajeros, los seguros de responsabilidad civil asociados al mismo, así como la fiscalidad y las relaciones laborales de los conductores".

Cabify concluye que, "a diferencia del competidor, desde sus comienzos hasta la actualidad, la actividad de Cabify está estrictamente sujeta al marco legal existente. La compañía siempre ha trabajado de la mano del regulador y las autoridades competentes para garantizar un marco de competencia justo para todos los actores"<sup>175</sup>.

---

<sup>172</sup> TOURIÑO, ALEJANDRO (2016)

<sup>173</sup> "La Unión Europea considera Uber empresa de transporte y la equipara al taxi" Noticia del periódico EXPANSIÓN.

<sup>174</sup> Cabify está considerada como una agencia de viajes tal y como estipuló la Dirección General de Turismo y la Dirección General de Transportes Terrestres de la Comunidad de Madrid en mayo de 2012.

<sup>175</sup> "La Unión Europea considera Uber empresa de transporte y la equipara al taxi" Noticia del periódico EXPANSIÓN.

# CONCLUSIONES

## CONCLUSIONES

### CONCLUSIONES:

1. La economía colaborativa es un fenómeno innovador y de rápido crecimiento que está generando y generará cambios estructurales en el funcionamiento de numerosos mercados y cuya implantación está teniendo efectos significativos sobre el crecimiento, el empleo y la competitividad de los países.
2. Se califica como un modelo disruptivo, ya que presenta innovaciones en la forma en que se suministran los productos y se prestan los servicios y en cómo interactúan los agentes que intervienen. Tal como hemos visto a lo largo del trabajo se puede diferenciar dos corrientes: los partidarios de este modelo de negocio que consideran que reporta grandes beneficios económicos y sociales, y los que están en contra ya que categorizan estas actividades como actos de competencia desleal por lo que promueven la restricción del desarrollo de estas actividades económicas.
3. En España los negocios de economía colaborativa se encuentran en una situación de alegalidad debido a que la legislación actual no contempla la casuística de este tipo de negocios lo que genera una desigualdad de condiciones entre los sectores tradicionales y estos nuevos y consecuentemente reacciones negativas por parte de los primeros.
4. El sector del alojamiento colaborativo se ha visto perjudicado con respecto al tradicional ya que la regulación de las VUT ha sido asumida por las CC.AA. quienes han optado por imponer restricciones de acceso. Consideramos necesario exigir unos requisitos mínimos para poder alquilar las VUT pero siempre y cuando no sean desproporcionados ya que de ser así se ve considerablemente reducida la oferta de alojamientos para los consumidores.
5. La principal plataforma de transporte interurbano de viajeros por carretera es Blablacar quien ejerce de intermediario poniendo en contacto a conductores y usuarios y cuya actividad clasificamos como un servicio de la sociedad de la información regulado en consecuencia por la LSSI. No obstante, la actividad que realizan los conductores de Blablacar debe ser clasificada como una actividad de transporte privado particular lo que permite realizar el servicio de transporte sin necesidad de obtener licencias administrativas. Si bien es cierto que en un futuro se prevé el establecimiento de un número máximo de viajes con el fin de acreditar que los conductores realizan este servicio sin ánimo de lucro.
6. En relación con el transporte urbano, el sector del taxi y de los VTC están en constante conflicto y por ello la normativa nacional ha optado por proteger a los taxistas exigiendo, en nuestra opinión, unos requisitos desproporcionados para el transporte colaborativo, tales como: la limitación del número de licencias VTC, la restricción del ámbito territorial o la obligación de disponer de un número mínimo de vehículos

## CONCLUSIONES

y, como consecuencia, un freno para el desarrollo de la economía colaborativa.

7. Hasta el momento han existido dudas sobre si la actividad que ofrece Uber debe calificarse como un servicio de la sociedad de la información o un servicio de transporte. El TJUE ha aclarado recientemente que Uber es una empresa de transporte. En línea con esta decisión, opinamos que el uso de una plataforma en línea, no es razón suficiente para obviar la naturaleza de la actividad, y a la postre, le sea aplicable la normativa de transporte nacional.
8. Debido al obsoleto marco regulatorio al que se enfrenta la economía colaborativa en la actualidad, España se clasifica como uno de los Estados miembros de la UE más restrictivos en esta materia y detectamos una necesidad de cambios regulatorios, que favorezcan la competencia efectiva en el mercado. Recomendamos buscar un punto de equilibrio entre la autorregulación por los operadores y los excesos regulatorios. Desde nuestro punto de vista, se debería tratar de fomentar estas actividades intentado mitigar sus efectos negativos.

# BIBLIOGRAFÍA

## BIBLIOGRAFÍA



## BIBLIOGRAFÍA

### FUENTES BIBLIOGRÁFICAS:

ALFONSO SÁNCHEZ, R. (2016): “Economía colaborativa: un nuevo mercado para la economía social”. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 88, 231-258. Disponible en: <https://ojs.uv.es/index.php/ciriecespana/article/view/9255/9553>

ARMENGOL i GASULL, O. y N. OLMOS CASTRO (2017): “El impacto de la economía colaborativa en el transporte interurbano: un análisis jurídico del ride sharing”. En: Montero Pascual, J.J. (Coord.), *La regulación de la economía colaborativa: Airbnb, BlaBlaCar, Uber y otras plataformas*. Tirant lo Blanch, Valencia.

BOBOC, S. (2017): “Uber: ¿transportista o intermediaria en el transporte? El caso español” *Revista de estudios europeos: La economía colaborativa: perspectivas, problemas y retos*, 70: 7-26. Disponible en: <http://www.ree-uva.es/index.php/sumarios/2017/n-70-julio-diciembre-2017/112>

BOTSMAN R. and ROGERS R. (2010): *What's mine is yours: The Rise of Collaborative Consumption*.

DOMÉNECH PASCUAL, G. (2015): “La regulación de la economía colaborativa: El caso «Uber contra el taxi Ceflegal»”. *Revista práctica de Derecho*, 175 y 176: 61-104. Disponible en: [http://www.academia.edu/15360185/La\\_regulacion\\_de\\_la\\_economia\\_colaborativa.\\_El\\_caso\\_Uber\\_contra\\_el\\_taxi](http://www.academia.edu/15360185/La_regulacion_de_la_economia_colaborativa._El_caso_Uber_contra_el_taxi)

GUILLÉN NAVARRO, N. A. y T. ÍÑIGUEZ BERROZPE (Junio 2016), “Acción pública y consumo colaborativo”. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 3,14: 751-768. Disponible en: <http://www.redalyc.org/html/881/88145925013/>

HERRERO SUÁREZ, C. (2017): “Las viviendas de uso turístico: ¿el enemigo a abatir? reflexiones sobre la normativa autonómica en materia de alojamientos turísticos” *Revista de estudios europeos: La economía colaborativa: perspectivas, problemas y retos*, 70: 147-158. Disponible en: <http://www.ree-uva.es/index.php/sumarios/2017/n-70-julio-diciembre-2017/106>

MÉNDEZ PICAZO, M.T. Y M. S. CASTAÑO MARTÍNEZ (2016): “Claves de la Economía Colaborativa y Políticas Públicas”. *Economía Industrial*, 402: 11-12. Disponible en: <http://www.minetad.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/402/MT%20MENDEZ%20y%20MS%20CASTA%20C3%91O.pdf>

MONTERO PASCUAL, J.J. (2017): *La regulación de la economía colaborativa: Airbnb, BlaBlaCar, Uber y otras plataformas*. Tirant lo Blanch, Valencia.

TODOLÍ SIGNES, A. (2017): *EL TRABAJO EN LA ERA DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA: La clasificación jurídica de trabajadores y autónomos y los efectos de la reputación online en la economía de las plataformas virtuales*. Tirant lo Blanch, Valencia.

## BIBLIOGRAFÍA

TOURIÑO, A. (2016): “La economía colaborativa desde la óptica de la competencia desleal. Análisis de los autos de medidas cautelares dictados en los casos de Uber, Blablacar y Cabify”. *Actualidad Civil*, 4. Disponible en: <http://laleydigital.laley.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEAMtMSbF1CTEAAiNjI3MLc7Wy1KLizPw8WyMDQzMDEyNDkEBmWqVLfnJIZUGqbVp iTnEqAMPzWuQ1AAAAWKE>

VELASCO SAN PEDRO, L.A. (2017): “El transporte colaborativo ‘Hic et Nunc’” *Revista de estudios europeos: La economía colaborativa: perspectivas, problemas y retos*, 70: 398-415. Disponible en: <http://www.ree-uva.es/index.php/sumarios/2017/n-70-julio-diciembre-2017/96>

## INFORMES Y OTROS DOCUMENTOS DE RELEVANCIA CIENTÍFICA:

Ayuntamiento de Madrid (2017): *Análisis del impacto de las viviendas de uso turístico en el distrito centro*. Disponible en: [http://www.madrid.es/UnidadesDescentralizadas/UDCMedios/noticias/2017/05Mayo/05viernes/Notasprensa/ficheros/Informe\\_final\\_5\\_mayo%20viviendas%20uso%20tur%C3%ADstico%20\(1\).pdf](http://www.madrid.es/UnidadesDescentralizadas/UDCMedios/noticias/2017/05Mayo/05viernes/Notasprensa/ficheros/Informe_final_5_mayo%20viviendas%20uso%20tur%C3%ADstico%20(1).pdf)

COMISIÓN EUROPEA (2.6.2016): *Comunicación al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Científico Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones sobre una Agenda Europea para la economía colaborativa*. COM (2016) 356 final. Disponible en: <http://ec.europa.eu/docsroom/documents/16881/attachments/2/translations/es/renditions/pdf>

COMISIÓN EUROPEA (25.5.2016): *Comunicación al Parlamento Europeo, al Consejo Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones sobre las plataformas en línea y el mercado único digital. Retos y oportunidades para Europa*. COM (2016) 288 final. Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=%20CELEX%3A52016DC0288>

COMISIÓN EUROPEA (25.5.2016): *Synopsis report on the public consultation on the regulatory environment for platforms, online intermediaries and the collaborative economy*. Disponible en: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/full-report-results-public-consultation-regulatory-environment-platforms-online-intermediaries>

COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y DE LA COMPETENCIA (2016): *Estudio sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa*. E/CNMC/004/15. Disponible en: [www.cnmc.es](http://www.cnmc.es)

COMITÉ EUROPEO DE LAS REGIONES (9.6.2017): *Dictamen sobre economía colaborativa y plataformas en línea: una visión compartida de ciudades y regiones*. COM (2016) 356 final. Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=%20CELEX:52016IR4163>

COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN (26.11.2015): *Estudio Prospectivo Anual sobre el Crecimiento para 2016 Refuerzo de la recuperación y fomento de la convergencia*.

## BIBLIOGRAFÍA

COM (2015) 0690 final. Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52015DC0690>

CONCLUSIONES DEL ABOGADO GENERAL SR. MACIEJ SZPUNAR (2017): Asunto C-434/15. Disponible en: <https://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2017-05/cp170050es.pdf>

FLASH EUROBAROMETER 438 (Junio 2016): *The use of Collaborative plataforms*. Disponible en: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/surveys-online-platforms-show-their-key-role-consumers-and-small-businesses-internet-activities>

INE (2017): *España en cifras*. Disponible en: [http://www.ine.es/prodyser/espa\\_cifras/2017/index.html](http://www.ine.es/prodyser/espa_cifras/2017/index.html)

Marc Sansó (2015): CONTEXTO INTERNACIONAL Y NACIONAL: *El turismo colaborativo*. The Ostelea School of Tourism and Hospitality, EAE Business School. Disponible en: <http://www.thinktur.org/media/INFORME-OSTELEA-TURISMO-COLABORATIVO-2015.pdf>

MINISTERIO DE FOMENTO (Enero 2017): *Observatorio del transporte de viajeros por carretera. Oferta y demanda*. Disponible en: <https://www.fomento.gob.es/NR/rdonlyres/1E8D3DCF-11C2-4B2F-8AA5-9FEAE9E00085/141195/ObservatorioViajerosOfertademandaenero2017.pdf>

PARLAMENTO EUROPEO (2016): *The cost of Non-Europe in the Sharing Economy*. Disponible en: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/558777/EPRS\\_STU\(2016\)558777\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/558777/EPRS_STU(2016)558777_EN.pdf)

SPECIAL EUROBAROMETER 447 (Junio 2016): *Online Platforms*. Disponible en: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/surveys-online-platforms-show-their-key-role-consumers-and-small-businesses-internet-activities>

WE ARE SOCIAL (2017): *La evolución digital en España*. Disponible en: <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>

## WEBGRAFÍA:

“5,4 millones de viajeros usaron Airbnb para alojarse en España en 2016, un 82% más”, Periódico digital 20minutos. Disponible en: <http://www.20minutos.es/noticia/2961840/0/airbnb-espana-2016-mas-5-millones-usuarios-82-mas/>

“Abogados de Élite Taxi afirman que la sentencia tiene implicaciones para otros negocios”, eldiario.es. Disponible en: [http://www.eldiario.es/politica/Abogados-Elite-Taxi-sentencia-implicaciones\\_0\\_720578110.html](http://www.eldiario.es/politica/Abogados-Elite-Taxi-sentencia-implicaciones_0_720578110.html)

“Airbnb copó 1,3 millones de huéspedes y creció un 40% en Barcelona en el 2016” Elperiódico.com. Disponible en:

## BIBLIOGRAFÍA

<http://www.elperiodico.com/es/barcelona/20170509/mas-de-16-millones-de-viajeros-utilizaron-airbnb-en-catalunya-en-el-2016-y-13-millones-en-barcelona-6025828>

“Caso Blablacar: el juez desestima la demanda al entender que no existe competencia desleal”, Noticias Jurídicas, Disponible en: <http://noticias.juridicas.com/actualidad/jurisprudencia/11616-caso-blablacar:-el-juez-desestima-la-demanda-al-entender-que-no-existe-competencia-desleal/>

“Caza al pasajero” (2017): Equipo de investigación. Disponible en: [http://www.atresplayer.com/television/programas/equipo-de-investigacion/temporada-1/capitulo-215-caza-pasajero\\_2017113000845.html](http://www.atresplayer.com/television/programas/equipo-de-investigacion/temporada-1/capitulo-215-caza-pasajero_2017113000845.html)

“Economía colaborativa para subsistir”, El Mundo. Disponible en: <http://www.elmundo.es/grafico/economia/2014/12/14/548b3af4268e3e03108b4571.htm>  
l“Economía de bolsillo” (2017) RTVE en un programa sobre economía colaborativa. Disponible en: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/economia-de-bolsillo/economia-bolsillo-economia-colaborativa/3657622/>

“El coche como causa de todos los males”, Periódico ABC. Disponible en: [http://www.abc.es/motor/reportajes/abci-coche-como-causa-todos-males-201608031410\\_noticia.html](http://www.abc.es/motor/reportajes/abci-coche-como-causa-todos-males-201608031410_noticia.html)

“Fomento admite que el número de licencias de VTC es el triple de lo permitido”, Periódico EL PAÍS. Disponible en: [https://elpais.com/economia/2017/11/29/actualidad/1511959575\\_197857.html](https://elpais.com/economia/2017/11/29/actualidad/1511959575_197857.html)

“Hotelero y vecinos de Madrid, contra el Decreto de viviendas turísticas”, Noticia de Hosteltur. Disponible en: [https://www.hosteltur.com/125968\\_hoteleros-vecinos-madrid-contra-decreto-viviendas-turisticas.html](https://www.hosteltur.com/125968_hoteleros-vecinos-madrid-contra-decreto-viviendas-turisticas.html)

“La Unión Europea considera Uber empresa de transporte y la equipara al taxi”, Periódico EXPANSIÓN. Disponible en: <http://www.expansion.com/juridico/sentencias/2017/12/20/5a3a2bddca4741d20a8b4618.html>

“Los taxistas siguen en huelga en plena Feria de Málaga contra Cabify, que denuncia agresiones y daños”, Noticia de RTVE. Disponible en: <http://www.rtve.es/noticias/20170814/taxistas-siguen-huelga-plena-feria-malaga-contra-cabify-denuncia-agresiones-danos/1597541.shtml>