



CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, nº 94, Diciembre 2018, pp. 219-250

La economía colaborativa: un nuevo modelo económico

**José Manuel Sastre-Centeno
María Elena Inglada-Galiana**

Universidad de Valladolid

Cómo citar este artículo: SASTRE-CENTENO, J.M. & INGLADA-GALIANA, M.E. (2018): "La economía colaborativa: un nuevo modelo económico", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 94, 219-250, DOI: 10.7203/CIRIEC-E.94.12109.

How to cite this article: SASTRE-CENTENO, J.M. & INGLADA-GALIANA, M.E. (2018): "The Collaborative Economy: a new Economic Model", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 94, 219-250, DOI: 10.7203/CIRIEC-E.94.12109.

CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa
ISSN edición impresa: 0213-8093. ISSN edición online: 1989-6816.

© 2018 CIRIEC-España

www.ciriec.es www.ciriec-revistaeconomia.es

La economía colaborativa: un nuevo modelo económico

José Manuel Sastre-Centeno
María Elena Inglada-Galiana

RESUMEN: *La denominada economía colaborativa está instalándose paulatinamente en la sociedad como un nuevo modelo económico, social, cultural e inclusive legal, fomentado por un cambio en múltiples valores y por las nefastas consecuencias de la crisis económica. También, las tecnologías de la información y la comunicación y la aparición de redes sociales son factores que han facultado la creación de nuevas formas de satisfacer las necesidades de las personas. Es un hecho que la economía colaborativa ha llegado con fuerza, con anhelos de cambiar muchas cosas y todo parece señalar que nos encontramos frente a un fenómeno destinado a persistir y a ampliar sus horizontes. No obstante, es importante no considerarla como una sustituta al sistema actual sino como un complemento que brinda más oportunidades y normaliza los modelos del consumo. Esta imparable economía se ha propagado a materias como el alquiler de viviendas, viajes, transportes o finanzas, entre otros muchos sectores. Estamos siendo testigos de un hecho patente con una justificación, el capitalismo sin control. Dicha realidad puede ser una solución a una recesión económica, puesto que permite el intercambio en casos de necesidad. Es la complementación favorable desde un enfoque renovador, económico, social y ecológico. El objetivo principal de este trabajo es ver en qué se ha convertido este nuevo movimiento en la actualidad y sus viables potencialidades.*

PALABRAS CLAVE: Consumo colaborativo, intercambio productos/servicios, tecnologías, internet, redes sociales, plataformas.

CLAVES ECONLIT: L10, O33, O35.

Cómo citar este artículo / How to cite this article: SASTRE-CENTENO, J.M. & INGLADA-GALIANA, M.E. (2018): "La economía colaborativa: un nuevo modelo económico", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 94, 219-250, DOI: 10.7203/CIRIEC-E.94.12109.

Correspondencia: María Elena Inglada-Galiana, elenaig@eco.uva.es, y José Manuel Sastre-Centeno, manolo@eco.uva.es, Universidad de Valladolid.

EXPANDED ABSTRACT

The Collaborative Economy: a new Economic Model

Social economy arises in the nineteenth century as a response from some sort of minority groups with common interests and necessities, which join their efforts to obtain synergies which improve the solutions that the traditional market offered them.

This situation does not change significantly until neoliberalism, which has marked the game rules in economic relationships since the Wall Street Crash of 1929, has raised serious doubts about whether the capitalist system in its purest expression is able to make an efficient allocation of resources, and in a sustainable manner. It seems that the answer must be negative if we consider that such doctrine is to a great extent direct cause of the crisis of 2007.

This makes social economy become more and more important as a way to understand relationships between suppliers and demanders, adopting a variety of forms, responding to the challenges of the market and using new tools, placing itself on its own right as a third option between the state and companies with the aim to maximise the benefit of the private sector (Chaves and Monzón, 2018).

In this sense, collaborative economy is one of the new ways which social economy adopts (along circular economy, social innovation or economy for the common good, among others), maximizing property and underused goods whose owners decide to share temporarily with other people as to enable their maximum use, substituting the idea of consuming for the sake of using, acquisitions for rental.

The growth of information technologies has generated an exponential expansion of this type of economy, as illustrated by the figures recorded in this work, which has converted an anecdotal issue due to its small economic weight into a phenomenon which leads to a strong collision with traditional market operators in the different areas in which it operates.

This paper aims to observe how the aforementioned collaborative economy has evolved until the present day, with a particular emphasis on what can be considered the biggest problem it must currently face, which is to achieve a balance between the companies being in the scope of this paradigm and the traditional entities which have operated in said areas until now and consider their interests damaged.

In order to do this, an analysis of the literature which addresses the subject matter is initially carried out. The youth this collaborative economy still presents can be inferred from said literature, as it has not even got one single term it can be referred to. Because of that, its main characteristics are analysed, and those properties should serve to circumscribe what can be considered within its field of study, regardless of the term used. Its main advantages and disadvantages are examined theoretically and practically below.

The advantages which collaborative economy offers, at least in their theoretical conceptualisation, are of all types: economic, since the surplus of resources is used (Sundararajan, 2014); also, this kind of consumption creates an improvement in the satisfaction of the consumer's necessities, which is possible thanks to a further extension of supply for consumers, the development of microenterprises, a quality improvement in the services, the savings that it entails and a drop in prices, among other benefits (Malhotra and Alstynne, 2014).

It offers environmental benefits too, as it allocates resources more efficiently and also because the model itself entails a departure from traditional consumerism and it attempts to satisfy needs in a sustainable manner. Lastly, the social benefits are also evident, creating potential new jobs, new ways to create social ties, a broader supply and lower prices.

The main challenge which requires a solution in order to achieve a peaceful coexistence with traditional companies is to develop a regulation which satisfies both parties. It seems that traditional operators, seeing the risk of losing significant market shares in what was a closed market until now, have organised themselves to pressure public authorities, justifying their claims by arguing that some of the organisations which operate inside collaborative economy are taking advantage of the benefits it offers with the aim to obtain larger profits, since it is not necessary to meet certain transaction costs associated with these activities: more restrictive regulations which entail higher administrative costs, a stable workforce and so forth, without mentioning the tax compliances they should face in case the sector is more controlled administratively.

In this respect, the European Union has made significant efforts to provide basic notions which allow the establishment of an appropriate legal framework for said companies by the Member States, so that they can discern whether companies genuinely pertain to collaborative economy or they are mere operators which use their advantages for profit reasons. Principally, such criterion must be based on the professionalisation of the activity performed, either offering a good or a service; for this purpose, several criteria can be used, such as the regularity with which said activity is carried out, the benefits obtained over a given time period. Consideration can also be given to the number of necessary permanent employees to maintain the commercial activity operated, or, finally, the number of goods or services offered (amount of houses offered for tourist accommodation; number of vehicles in the case of public transportation, and so forth).

The Court of Justice of the European Union (CJEU) delivered a judgment on the Uber case concluding that, while it is true that it is a platform of a digital nature, it provides transport services and, as such, it must comply with the same requirements as other members in the same sector (taxi drivers). Although that judgment has not got binding effects, the Spanish Supreme Court has already implemented this resolution in similar cases, and it can therefore be considered that the opinion held by the high European tribunal can be supported by law.

What seemed to be a solution that would allow sufficient time for Spanish lawmakers to refine the regulatory framework does not appear to satisfy the taxi trade, which continues to demonstrate (in Spain as well as in Portugal in October, 2018) because the option Uber and Cabify, to name the biggest companies, chose (requiring drivers to operate with a VTC license for rental vehicles with driver) is still considered to be unfair competition, despite the restriction of 1 VTC license for every 30 taxi licenses granted.

However, the figures which form part of the presented paper leave no room for doubt: collaborative economy is progressively and significantly taking deeper and deeper root among consumers. That and the defense of these new exchange systems by the European Union compel public regulators to make an effort to resolve the coexistence of both systems.

What remains to be seen is it being done with sufficient urgency, while respecting the principles of justification and proportionality when drafting the regulation which must be applied in the case of this new economic paradigm, without collaborative economy being constrained by unnecessary requirements which prevent its development to benefit all.

KEYWORDS: Collaborative consumption, exchange products/services, technologies, internet, social networks, platforms.

1. Introducción

Desde la gran recesión iniciada a fines de 2007, la gran incertidumbre que azota ámbitos tan heterogéneos como el económico, el político o el social ha implicado la intervención de diversos movimientos sociales que han puesto en tela de juicio el orden político dominante, de evidente inspiración neoliberal, exigiendo un cambio en la economía. Dicha transformación pasa por un modelo económico más democrático, justo, creador de puestos de trabajo y más sostenible (Pastor, 2011). De este modo, comienzan a expandirse, con mayor o menor fuerza, procedimientos alternativos a la actual estructura económica, concretamente, su sometimiento a las lógicas del capital y su dependencia respecto al consumo. Estamos presenciando un cambio de valores con respecto al estatus social, a la propiedad y al consumo que viene favorecido por las nuevas tecnologías (Belk, 2014) y del que aparece un nuevo modelo al que se conoce como economía colaborativa. Se trata de un tipo de *“economía híbrida, en parte capitalista y en parte colaborativa, donde los dos sistemas económicos a menudo trabajan juntos y a veces compiten”* (Cañigual, 2014:31-32).

La economía colaborativa es una de las nuevas formas, al menos teóricamente, que adopta la economía social a comienzos del siglo XXI (Monzón y Chaves, 2016:29); es un modo de referirnos a múltiples tipos de modos de producción y consumo cuyo objetivo es redefinir los modelos de consumo de la sociedad. Se parte de la idea de que las personas son propietarias de una enorme cantidad de bienes que usan, únicamente, en un breve espacio de tiempo y que, por lo tanto, el tiempo restante son aptos para que otros sujetos los aprovechen. En consecuencia, se forja un mercado para la utilización temporal de productos o servicios. Para este movimiento, el consumo no es tener sino usar; los productos no se compran, se alquilan por un precio menor al que supondría adquirirlo en el mercado. Un típico ejemplo es la sustitución de la compra de un vehículo por el alquiler en caso necesario y, con ello, ahorras además de proteger en mayor medida el medio ambiente (Balck y Cracau, 2015).

Hoy en día, el consumo colaborativo incluye cualquier ámbito en el que exista un intercambio de productos y/o servicios entre personas, ya sea intercambiar coches, casas, tareas, juguetes, ropa, donación entre particulares o, inclusive, el tiempo, uno de nuestros bienes más valiosos. Se puede disminuir la cultura de usar y tirar mediante la reutilización o el intercambio. También es viable llevar a cabo heterogéneos proyectos mediante el *crowdfunding*¹ o generar comunidades, espacios de trabajo compartidos y un modo de comprender las relaciones laborales, a través del *coworking*.² Inclusive

1.- El *crowdfunding*, es decir, la financiación colectiva tiene como cometido principal compartir la financiación de un proyecto entre aquellos sujetos que deseen llevarlo a cabo.

2.- El *coworking* supone compartir el mismo espacio de trabajo por parte de distintos trabajadores individuales y/o pertenecientes a empresas diversas. Con frecuencia, se crea un sentimiento de pertenencia a una comunidad en dichos espacios y, además, el trabajo cooperativo brinda soluciones para el problema del aislamiento que implica la experiencia del trabajo en casa para muchas personas independientes, o inclusive pequeñas empresas o pymes.

movilizar a sujetos para nobles causas y con el objetivo de realizar cambios positivos con plataformas como *Change.org* (mayor plataforma de peticiones online) o adquirir alimentos sanos y cercanos de forma colectiva.

La economía colaborativa está encontrando su sitio y ha calado mucho en la población joven, especialmente, en los *millennials*, también conocidos como la “*generación Y*” o “*Digital Natives*”, tanto por los valores compartidos por este grupo poblacional como por su afinidad con la tecnología. La red ha provocado muchos y diversos cambios en la comunicación, en la forma de acceder a la misma o en la estrategia de marketing de las empresas y, junto con otros factores como el GPS (*Global Positioning System*) o los teléfonos móviles inteligentes, han transformado el modo de consumir. En esta línea, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) indica que:

“En los últimos años, de una forma acelerada, la innovación de las tecnologías de la información, la expansión de Internet, la generalización de dispositivos móviles con geolocalización e intercambio de datos de banda ancha, y la aparición de ecosistemas digitales, propietarios o abiertos, con nuevas plataformas y aplicaciones, está facilitando el desarrollo de estos nuevos modelos de acceso a bienes y prestación de servicios basados en compartir, reciclar y reutilizar” (CNMC, 2016:11)

En definitiva, existe una renovada creencia en la trascendencia de la comunidad, de las redes sociales entre iguales, las tecnológicas en tiempo real, así como del incremento de la conciencia ambiental. Estamos ante un tipo de economía que abraza el pensamiento de la transformación social y se puede afirmar que es un modelo económico más sostenible y, sobre todo, humano³.

2. Metodología

La metodología aquí utilizada se ha fundamentado esencialmente en la indagación, selección y ulterior lectura de la literatura académica existente acerca de este asunto en diversos formatos y, también, en recursos de prensa y enlaces web especializados. Si bien la economía colaborativa es un tema en auge aún existen ciertas incógnitas o cuestiones que se plantean para algunos de los temas aquí expuestos, con la información que en estos momentos está disponible y con la opinión de diversos autores versados en la materia, puesto que el ámbito académico y científico evidentemente ha estado interesado y ha abierto un enérgico debate sobre muchos aspectos. Es por ello que se ha lle-

3.- A este respecto convendría tener en cuenta las innovaciones disruptivas que propusieron Christensen y Bower en su famoso artículo, que son innovaciones que no cubren las necesidades de los clientes en la misma proporción y satisfacción que las innovaciones sustentadoras.

vado a cabo una aproximación pormenorizada a este nuevo paradigma económico, sus denominaciones y principales particularidades o elementos identificativos. Posteriormente se profundiza en sus ventajas e inconvenientes, cuestionando factores de la economía tradicional, reflexionando acerca de la idiosincrasia de los elementos de esta nueva economía y analizando uno de los retos más relevantes que tiene por delante, su regulación. Por último, están las conclusiones extraídas a lo largo de todo el trabajo y ciertas recomendaciones que pueden contribuir a futuras líneas de investigación.

3. Definiciones y conceptos

Conceptualizar la economía colaborativa es tarea ardua, puesto que no existe una única definición precisa para establecer este fenómeno y, por lo tanto, existen múltiples y heterogéneas concreciones para el mismo. En España, a nivel terminológico, se ha concretado el término mayoritariamente como economía colaborativa. Sin embargo, bajo este término también se incluyen conceptos como el de economía compartida, economía bajo demanda o consumo colaborativo que, si bien, cada uno de ellos presenta distintas características y matizaciones, se usan normalmente como términos similares. Aclarado que dicho concepto es más amplio, por cuestiones de simplicidad se utilizará principalmente el término de economía colaborativa. A nivel mundial no existe un consenso en determinar un nombre específico, siendo usuales términos como “*sharing economy*”⁴, “*collaborative economy*” o “*on-demand economy*”.

La economía colaborativa, o consumo colaborativo, es un vasto y heterogéneo modelo económico fundamentado en comunidades de sujetos que defiende el acceso a los bienes y servicios prestándolos, alquilándolos, comercializándolos, comprándolos o vendiéndolos en función, principalmente, de necesidades concretas y no tanto de las ganancias económicas. La CNMC la concreta como:

“(…) un fenómeno innovador, disruptivo, dinámico y heterogéneo, que presenta unas características y manifestaciones en diversos mercados geográficos y de producto muy diferentes. (...) Se considera que engloba un conjunto heterogéneo y rápidamente cambiante de modos de producción y consumo por el que los agentes comparten, de forma innovadora, activos, bienes o servicios infrautilizados, a cambio o no de un valor monetario, valiéndose para ellos de plataformas sociales digitales y, en particular, de internet” (CNMC, 2016:17).

4.- Este concepto se le atribuye a Benkler (2004).

Para Goudin (2016), la conceptualización de la economía colaborativa es la consecuencia de múltiples elementos que han permitido la eficacia y la mejora de una serie de prácticas económicas que, paulatinamente, encuentran su lugar como un modelo económico competidor y complementario al modelo capitalista tradicional. Conforme con este autor:

“The Sharing Economy is a socio-economic ecosystem built around the sharing of human and physical resources. It includes the shared creation, production, distribution, trade and consumption of goods and services by different people and organizations [...] this encompasses the following aspects: swapping, exchanging, collective purchasing, collaborative consumption, shared ownership, shared value, co-operatives, co-creation, recycling, upcycling, redistribution, trading used goods, renting, borrowing, lending, subscription based models, peer-to-peer, collaborative economy, circular economy, pay-as-you-use economy, wkinomics, peer-to-peer lending, micro financing, microentrepreneurship, social media, the Mesh, social enterprise, futurology, crowdfunding, crowdsourcing, cradle-to-cradle, open source, open data, user generated content (UGC)” (Goudin, 2016:10).

Para el Colegio Oficial de ingenieros de telecomunicaciones (COIT):

“La economía colaborativa engloba, entre otros, todos aquellos modelos de intercambio económico en los que existe una comunicación entre iguales sobre base tecnológica. Alrededor de este tema parece estar creándose una nueva estructura de relaciones económicas que no se basa en la acumulación de posesiones, sino que se soporta en la especialización y/o minimización de los bienes propios, poniendo los mismos a disposición de otros usuarios, vía un intercambio sea éste o no monetario, lo cual, abre las puertas a la transformación de la economía clásica en economía digital.” (COIT, 2016:7)

La diversidad de voces en los debates sobre este tema es muy significativo y necesariamente incluye muchas opiniones y sensibilidades, dado que se realiza, en buena parte, a través de medios digitales en que la controversia y posicionamientos es diversa por definición. Es decir, nos encontramos con múltiples perspectivas respecto a la conceptualización de la economía colaborativa. Así, algunos la concretan como una economía con una gama de plataformas y actividades enfocadas en el concepto sumamente cuestionado de compartir. Por ejemplo, Juliet Schor en su ensayo *Debating the Sharing Economy* (2014) expone que la economía colaborativa, aunque está creciendo exponencialmente o quizás por ello, ha llevado a disputas políticas y regulatorias y que el papel atribuido, por unos y otros a la misma en cuanto a que es una transición justa y sostenible, es un asunto abierto. Schor (2014) alude a las siguientes categorías de la economía colaborativa:

- a) Recirculación de bienes;
- b) un uso mayor de activos duraderos, por ejemplo, el espacio o los medios de transporte, para ser usados más intensivamente mediante las plataformas donde compartir;

c) reparto de activos productivos (por ejemplo, espacios de producción, espacios de trabajo comunes, plataformas educativas abiertas y de igual a igual).

d) intercambio de servicios (de naturaleza monetaria y no monetaria).

En definitiva, de las definiciones señaladas, se puede extraer que el cometido de este tipo de economía es transformar los modos tradicionales de vender, intercambiar, alquilar o colaborar, redefiniéndolos y desarrollándolos a través de las nuevas tecnologías (Botsman y Rogers, 2010). De este modo, la economía colaborativa reproduce los intercambios de productos y/o servicios que ya se originaban, aunque cara a cara, y de un modo que jamás había sido viable antes de Internet, siendo las redes sociales el elemento clave para su propagación (Avital et al., 2014).

Todo ello puede expresarse en la Tabla 1, que enfrenta las diferencias entre el modelo capitalista, que se basa en el yo y la propiedad y el modelo de la economía colaborativa que se sustenta en el nosotros y el acceso, es decir pagar por lo que se utiliza, obviando la propiedad. Lo cual implica, asimismo, planteamientos diferentes en casi todos los conceptos de los dos modelos: la competición pasa a ser colaboración y las compañías dejan paso a las personas, estableciéndose una relación entre el consumidor y el productor y el dinero, un instrumento, se convierte en valor, una virtud.

Tabla 1. Conceptos y terminología

Modelo capitalista	Economía colaborativa
Yo	Nosotros
Propiedad	Acceso
Global	Local
Centralización	Distribución
Competición	Colaboración
Compañía	Personas
Consumidor	Productor
Publicidad	Comunidad
Crédito	Reputación
Dinero	Valor
B2B	PsP
Hiperconsumo	Economía colaborativa

FUENTE: Extraído de Cañigueral, 2014:42.

4. Tipología de las empresas de la economía colaborativa

La aceptación de los consumidores es el elemento clave del enorme éxito de las plataformas de la economía colaborativa. En 2015, se llevó a cabo un trabajo en el que se llegó a la conclusión que estas plataformas se enfocan a individuos de entre 20-35 años, puesto que son los más afines a los conceptos del citado modelo económico. Asimismo, su actividad la ejercen en las ciudades, lugares donde encuentran un mayor potencial para su avance (Wagner et al., 2015).

AirBnB, BlaBlaCar y Uber aparecieron junto con el despegue de la economía colaborativa y se han convertido en unas de las empresas más relevantes e influyente en este ámbito en España. Airbnb, fundada en 2008 en San Francisco, se dedica al sector de los alquileres vacacionales y, por lo general, es citada como uno de los buques insignia del consumo colaborativo. Está valorada en más de 30.000 millones de dólares sin poseer ningún piso en cartera, eso sí, siendo la empresa de turismo vacacional más importante en dicho mercado.

Se ha referido que la experiencia del usuario es uno de los elementos de éxito de esta organización puesto que su página web, el proceso de búsqueda, la solicitud de alquiler, la confirmación y, por último, el pago se puede llevar a cabo de forma muy sencilla. Otro elemento que le otorga valor es que tanto los propietarios como los huéspedes comparten información personal acerca de sus experiencias del viaje y, además, posee un sistema de puntuación abierto, igual que otras plataformas como ebay, creando con ello un círculo de confianza. Su cometido principal es proveer el encuentro entre anfitriones y viajeros, recalcando la figura del primero y su hospitalidad como una característica diferenciadora al alquiler tradicional.

Se trata de un nuevo modo de viajar en el cual estos dos agentes (anfitrión y viajero) comparten conocimientos, experiencias o aficiones. Por su parte, BlaBlaCar y Uber despuntan en el sector del transporte, consideradas como alternativas al taxi y al transporte público convencional. La primera, establecida en Francia y valorada en 2016 en 1.400 millones de euros (alrededor de 1.600 millones de dólares), es una plataforma que contacta a sujetos que realizan un mismo recorrido, con el objetivo de utilizar un único vehículo y compartir gastos. Dicha plataforma es estimada únicamente un punto de intercambio de información entre los usuarios sin ánimo de lucro, que aprovecha los asientos vacíos en los vehículos para obtener un viaje más económico, sin que los pasajeros o conductores lograsen con ello ningún tipo de beneficio económico.

Uber, fundada en Holanda, ofrece servicios bajo demanda y a cambio de una retribución económica y esto ha suscitado varios debates y querellas que recalcan las ventajas de dicha plataforma sobre las tradicionales, las cuales estas supeditadas a normas legales y, según las alegaciones presentadas, ponen en tela de juicio los derechos de los trabajadores. Las demandas impuestas contra

las plataformas de la economía colaborativa en España han sido muchas y reiteradas. Específicamente, BlaBlaCar, Cabify y Uber han sido demandadas por competencia desleal. Dicha deslealtad estribaba, según los demandantes (taxistas o concesionarios de servicios de transporte terrestre), en el artículo 15.2 de la Ley 3/1991, de competencia desleal. Los autores del libro *La Regulación de la Economía Colaborativa* explican el enfrentamiento de este modo:

(...) las plataformas carecen del correspondiente título habilitante para la prestación de servicios de transporte. Ignoran todos los demandantes la naturaleza de servicio de la sociedad de la información de las plataformas. Asumen injustificadamente que son las plataformas las entidades que prestan los servicios de transporte. Las plataformas, por el contrario, alegan que son los grupos que utilizan la plataforma los que realmente prestan el servicio de transporte. Las plataformas se limitan a intermediar entre prestadores y usuarios del servicio de transporte” (Montero y col., 2017:95-96)

El Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TUE) se pronunció sobre el caso Uber concluyendo que, si bien es cierto que se trata de una plataforma de naturaleza digital, proporciona unos servicios de transporte y como tal debe acatar los requerimientos de otros gremios, como el de los taxistas y, por ende, precisa licencia de actividad. Señalar que las conclusiones no son vinculantes, no obstante, su opinión, por lo general, armoniza con el fallo definitivo de los tribunales comunitarios. Decisión del Alto Tribunal europeo que provocó que el Tribunal Supremo Español en sentencia 81/2018 de 21/01/2018 resuelve un recurso de casación interpuesto por la Generalitat de Catalunya contra una sentencia anterior del Contencioso Administrativo en sentido favorable a los intereses de los taxistas y demás transportistas públicos y en contra de la plataforma UBER y no es la única sentencia del Alto Tribunal en el mismo sentido y según las directrices del TUE⁵. Aunque también se dan sentencias de tribunales inferiores, generalmente recurridas, en sentido contrario. En cualquier caso, la jurisprudencia del TUE parece imponerse en la de los países miembros de la UE⁶. Sin olvidar la legislación como el Real Decreto Ley 1076/2017 de 29 de diciembre que establece normas complementarias al Reglamento de la Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres, referente a los vehículos con conductor que se arrendan, argucia legal utilizada por el ejecutivo para evitar una posible sentencia en contra por parte del Tribunal Supremo, que había de dirimir sobre una demanda interpuesta por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), sentencia que finalmente avaló el criterio seguido por el ministerio de Fomento. No obstante, la CNMC ha interpuesto un nuevo recurso en la misma línea, considerando excesivas las restricciones impuestas por el nuevo decreto ley, concretamente el límite de dos años para poder vender la licencia VTC desde el momento de su adquisición y el hecho de tener que comunicar sus viajes con antelación a un registro telemático oficial.

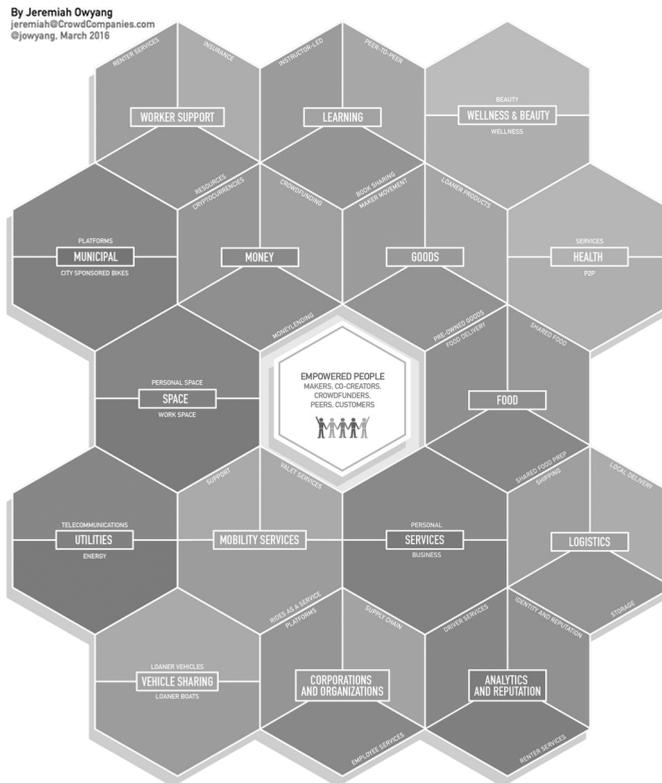
5.- Ver sentencia de 25/01/2018, rec. núm. 313/2016.

6.- Dos trabajos muy interesantes sobre los aspectos jurídicos de la economía colaborativa son los de Alfonso Sánchez (2016 a) y Valero Torrijos y Alfonso Sánchez (2017).

Así pues, parecen confirmadas las palabras de Alfonso, R. (2016b:242) cuando indica que, aun cuando no existe un marco regulatorio específico para la economía colaborativa, sí que existe un cuerpo normativo de la UE que recoge soluciones jurídicas para las diferentes realidades económicas que pueden surgir como consecuencia de la interacción en un mismo mercado de la nueva economía colaborativa y la que podríamos denominar tradicional.

Por último, señalar que las cifras anteriormente referidas sobre las distintas plataformas evidencian el progreso del consumo colaborativo. En esta línea es de destacar el trabajo de Owyang (2016) en el cual, mediante la siguiente ilustración, puede observarse múltiples y heterogéneos ejemplos de ciertas plataformas relevantes de la economía colaborativa dividida en distintos sectores.

Figura 1. Panal de economía colaborativa núm. 3. (Collaborative economy honeycomb version 3).



FUENTE: Owyang (2016).

5. Características o elementos identificativos

En la década de los 60, gracias al envite de filosofías ecologistas, empezaron a forjarse vinculaciones económicas fundamentadas en el hecho de compartir bienes e intercambiarlos. Posteriormente, la crisis del petróleo da lugar a una problemática económica recesiva y, con ello, las primeras experiencias de economía colaborativa en EE.UU. (nacimiento en 1975 del *Useful Service Exchange* USE, primer banco de tiempo comunitario). Años más tarde nacen los sistemas de intercambio (*Local Exchange Trading System*) en la Columbia Británica, provincia de Canadá. Las particularidades más significativas de dichos sistemas son la puesta en funcionamiento de una moneda paralela e igualmente que se basan en las tecnologías de la información para expandirse y comunicarse.

Si bien el fenómeno de la economía colaborativa viene de lejos, la primera vez que surgió el término fue en 2007 en un artículo firmado por el periodista Ray Algar titulado *Collaborative Consumption*. No obstante, su propagación fue a partir de la publicación en 2010 del libro *What's Mine Is Yours: the rise of collaborative consumption*, de Roo Rogers y Rachel Bostman. Para esta última, el acceso a bienes y servicios puede tener lugar sin ser necesaria la propiedad de los mismos; también aboga por el poder de la tecnología para generar confianza entre personas desconocidas, es decir, plataformas que son ejemplos patentes del cambio que se está produciendo en el modo de establecer una confianza entre las personas. Otra autora pionera es este tema fue Lisa Gansky con *The Mesh: Why the Future of Business is Sharing* (2010).

Se han señalado ciertos elementos identificativos de la economía colaborativa los cuales, con el paso de los años, se han convertido en tradicionales; estos elementos que concretan y limitan el concepto que nos ocupa son: (Montero y col., 2017)

- *Nuevas tecnologías de la información*: entre los autores, existen un gran consenso en determinar como elemento identificativo principal el uso de las tecnologías de la información. Internet es el elemento central ("*interconnected networks*"), es decir, el conjunto descentralizado de heterogéneas redes de comunicaciones interconectadas mediante la utilización de protocolos TCP/IP ("*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*"). La población puede comunicarse de forma instantánea y a un coste exiguo, y ello gracias a la universalización de Internet, la cual ha facultado la interconexión de redes distintas. Por su parte, la economía colaborativa es la consecuencia de la interacción de sujetos anteriormente no vinculados, gracias a la tecnología.

- *Mercados multilaterales*: el germen de esta idea proviene de varios economistas encabezados por Jean Tirole que, en los albores del Siglo XXI, concibieron un modelo de organización industrial que recibió el nombre de mercados bilaterales o multilaterales (*two-sided o multi-sided markets*). La par-

ticularidad de estos mercados se basa en la presencia de dos o más grupos de usuarios que interactúan entre sí (Rochet y Tirole, 2003) a través de intermediarios, denominados plataformas, en este caso los Internet service providers (ISP).

- *Plataformas colaborativas*: aunque no sean esenciales para la existencia y desarrollo de la economía colaborativa (Monzón y Chaves, 2016:29) sí han contribuido en gran medida a dar a conocer al público en general este nuevo modelo económico. Como ejemplo de este tipo de plataformas podemos señalar la televisión en abierto, los periódicos o las compañías que gestionan tarjetas de crédito. Es decir, son empresas que proporcionan y gestionan mercados multilaterales y que ya existían antes de surgir la economía colaborativa. No obstante, las nuevas tecnologías de la información han desarrollado sobremanera las oportunidades de interacción entre grupos que, anteriormente, no se relacionaban, o quizás sí, pero enfrentándose a múltiples problemas y de forma ineficaz. Con las nuevas tecnologías, actualmente son viables unos costes de transacción sumamente reducidos. Las plataformas son capaces de identificar la demanda en tiempo real, ubicar geográficamente al demandante y ajustar la demanda con la mejor oferta, y todo esto de modo automático (Rifkin, 2014). Es por este motivo que plataformas como las referidas BlaBlaCar o Airbnb no tienen propiedades inmobiliarias ni vehículos sino que su cometido es, únicamente, vincular la oferta de los propietarios de estos bienes o servicios con la demanda de los mismos.

- *Contratación en tiempo real*: en las plataformas electrónicas tienen cabida enormes volúmenes de ofertantes y demandantes y esto, junto a la posibilidad de interactuar en tiempo real, facilita contratar servicios en el momento en el que se precisan y también para cortos espacios de tiempo. De este modo, la contratación en tiempo real de los servicios o la denominada contratación de servicios bajo demanda (on-demand) es otro elemento que se ha identificado dentro de la economía colaborativa.

- *Par con par o negocio entre pares ("peer-to-peer")*: los altos costes de transacción estipulaban, con frecuencia, la mayor competitividad de grandes compañías, excluyendo a prestadores que no eran profesionales o inclusive a pequeñas empresas. Ahora, las plataformas electrónicas facultan la prestación de bienes y servicios a personas físicas no profesionales que, tradicionalmente, se han estimado simples consumidores. De este modo, la disminución de los costes de transacción contribuye a que pequeños prestadores puedan formar parte del mercado y brindar bienes y servicios en competencia con las grandes estructuras que siempre han operado. Ejemplo de lo dicho serían los propietarios particulares que ofertan servicios de alojamiento en sus viviendas o segundas residencias.

- *Uso de recursos ociosos*: igual que con el elemento anterior, la reducción de los costes de transacción hace que se puedan ofrecer en el mercado servicios o bienes ociosos. Este factor fue reconocido por Botsman y Rogers (2010) en *What's mine is Yours: How Collaborative Consumption Is Changing the Way We Live* y también se pronunció el Parlamento Europeo al respecto diciendo que: "(...) the use of digital platforms or portals to reduce the scale for viable hiring transactions or viable participation in consumer hiring market (i.e. 'sharing' in the sense of hiring an asset) and thereby reduce

the extent to which assets are under-utilized" (Parlamento Europeo, 2016:5). Si bien, la adquisición de la propiedad de un bien por la contratación del uso del mismo cuando se necesite ya existía antes de que apareciera la economía colaborativa, es una tendencia que está en auge e incrementándose día a día. Es incuestionable la eficiencia que se produce de la utilización de productos y servicios además de por su propietario por otros sujetos, ya que la misma, aparte de ser más intensa, disminuye los costes de uso y, asimismo, merma las necesidades de producción de los productos y, por ende, se crea una disminución de las consecuencias de la producción en el medio ambiente.

• *Altruismo o filantropía generacional*: en la delimitación de la economía colaborativa uno de los aspectos que causa más polémica reside en el requerimiento, por ciertos autores, de que la colaboración entre el que oferta y el que demanda sea prácticamente altruista; unos consideran que no ha de darse intercambio monetario entre estos dos agentes, otros creen que sí que puede existir; no obstante, abogan por que sea limitado al coste de la presentación del servicio. Se ha determinado, desde un enfoque jurídico, que se plantea utilizar la categoría de las relaciones de complacencia con el objetivo de delimitar la economía colaborativa y, de este modo, concretar su régimen jurídico. Por complacencia se entiende satisfacción o placer por resultado de algo. Es decir, son aquellas relaciones que se establecen en pactos cuyo cumplimiento implica la voluntad de ambas partes sin exigirse nada. Dichas relaciones de complacencia hacen referencia a aquellas que descartan manifiestamente la voluntad de instituir una relación precisamente jurídica entre las partes. Se tiende, en la actualidad, a catalogar a las plataformas sobre la base de su naturaleza más o menos filantrópica, apartando a aquellas que poseen servicios con ánimo de lucro, como por ejemplo Uber frente a otras como BlaBlaCar, en las que no hay retribución económica (Botsman, 2015).

6. Ventajas e inconvenientes

El consumo colaborativo, para el Comité Económico y Social Europeo (CESE) *"puede suponer un comportamiento resiliente frente a la actual situación económica y financiera, y puede ofrecer respuestas a las incertidumbres crecientes que provoca la crisis económica. Puede representar una oportunidad para retomar la senda de un desarrollo sostenible en lo económico, humano en lo social, y armónico con el planeta en lo medioambiental."* (CESE, 2014:2)

a) Beneficios económicos

Aunque la crisis ha mermado las rentas no así los patrimonios; éstos se han convertido en bienes improductivos. El exceso de capacidad implica una oportunidad de optimizar los beneficios económicos. La economía colaborativa faculta activar dicho excedente de recursos de los que gente dispone para ubicarlos en nuevos mercados de productos y servicios. Como señala Sundararajan (2014), dicha

creación de nuevos servicios y modelos de negocios es un beneficio a destacar, junto con un respaldo al proceso de creación de nuevos puestos de trabajo. La economía colaborativa crea aumento de la flexibilidad económica al encontramos en un contexto que favorece nuevos modelos económicos, nuevas formas de hacer negocio y financiar dichos nuevos modelos. Además, este tipo de consumo crea una mejora en la satisfacción de las necesidades de los consumidores; lo cual es posible gracias a la mayor ampliación de la oferta para los consumidores, al desarrollo de microemprendedores, a la mejora de calidad de los servicios, al ahorro que supone y a una merma de precios, entre otros beneficios (Malhotra y Alstyne, 2014).

En el mismo sentido se manifiesta el informe sobre los “Nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa”, de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) iniciado en noviembre de 2014 y publicado finalmente el día 11 de marzo de 2016, tras dos consultas públicas. Se manifiesta en el mismo un apoyo general por parte de la opinión pública hacia la economía colaborativa (más positivamente por parte de unos grupos de opinión que otros; véase, para una mayor profundización, Alfonso, Valero y col., 2016), por considerar que facilita la utilización de los recursos y de la competitividad, entre otras.

b) Beneficios medioambientales

El consumo colaborativo no es únicamente un modo de ahorrar dinero intercambiando bienes y servicios, sino que trasciende al comercio tradicional puesto que se trata de un nuevo estilo de vida más alejado del consumismo. La repercusión positiva que tiene sobre el medio ambiente es evidente (Harmaala y Lahti, 2016). Señalar que cuando se habla de modelo ecológico es relevante mencionar la denominada economía circular, es decir, reutilizar lo que se produce, reciclar aquello que se pueda reutilizar, reconstruir lo que no se pueda reparar y reparar aquello que esté roto. En un estudio llevado a cabo por siete Estados europeos se halló que una evolución a una economía circular reduciría las emisiones de gases de efecto invernadero hasta en un 70% en cada uno de dichos países (Stahel, 2016).

c) Beneficios sociales

Como se ha señalado, *“mientras los productos en la sociedad de consumo convencional están pensados para la propiedad individual, el consumo rápido y una eliminación prematura; la creación de productos duraderos y preparados para un uso intensivo de modo que puedan ser utilizados por varias personas, o a lo largo de la vida de un mismo consumidor o usuario (...)”* (CESE, 2014:2). Es por ello que la economía colaborativa puede brindar oportunidades para que la totalidad de la ciudadanía pueda producir bienes duraderos y viables para una utilización intensiva, por muchas personas para siempre, y con un mismo sello de identidad, el colaborativo. Además, es susceptible de convertirse en una oportunidad para los más vulnerables y para los que se encuentran en un contexto económico complicado y que no pueden acceder al crédito para la compra de los productos que precisan por las vías convencionales.

Otro de los beneficios para los ciudadanos y ciudadanas de este nuevo modelo económico son los lazos sociales. El afloramiento de una posible amistad originada por ser partícipe del consumo colaborativo es una particularidad muy valorada. Los usuarios que usan las plataformas forjan comunidades con el objetivo de ayudar al otro y participar de todos los bienes infrautilizados. Además, dicha actividad que se forja mediante el intercambio del bien o producto puede llegar a ser una actividad usual, puesto que ya se conoce la calidad y prestaciones que brindan los agentes implicados y conocidos.

La huella de la economía colaborativa tanto a nivel social, económico como medioambiental, como hemos visto, es causa de múltiples y arduos debates. Sus defensores aseguran que beneficia el aprovechamiento de los recursos y la creación de riqueza en modo sostenible. Por su parte, los detractores atribuyen a estas plataformas llevar a cabo competencia desleal frente a los sectores tradicionales, que tienen que afrontar unos costes administrativos de los que están exentos las mencionadas plataformas (Huefner, 2015).

La economía colaborativa está en el punto de mira de muchos y ha abierto un ávido debate tanto desde la perspectiva del interés común, ya que es patente su mayor eficacia, o de un viable reajuste de la regulación conforme a dicho fenómeno. Dicha adecuación, aunque factible, no está exenta de complicaciones, entre otras, la presión existente por parte de los lobbies de los sectores afectados que ven cómo disminuye su cuota de mercado. La Comisión Europea (2016) señala al respecto que:

“El éxito de las plataformas colaborativas es a veces difícil para los actuales operadores y prácticas del mercado, pero al permitir a los ciudadanos ofrecer servicios fomentan también nuevas oportunidades de empleo, modalidades de trabajo flexibles y nuevas fuentes de ingresos. Para los consumidores, la economía colaborativa puede aportar ventajas mediante nuevos servicios, la ampliación de la oferta y precios más bajos. Puede también promover un mayor reparto de los activos y un uso más eficaz de los recursos, que pueden contribuir a la agenda de sostenibilidad de la UE y a la transición a la economía circular” (Comisión Europea, 2016:2).

Así, es momento ahora también de apuntar otras desventajas que deben ser, cuando menos, vigiladas. Como veremos a continuación, la falta de una regulación específica es una de ellas, ya que provoca la desigualdad de condiciones entre las nuevas plataformas de la economía colaborativa y los sectores más tradicionales.

7. Principales retos

De lo anterior, podemos extraer que, aunque esta economía evidencia múltiples ventajas, también son palpables ciertos problemas o vacíos legales que deben ser y están empezando a ser abordados por las autoridades en materia de regulación. La economía colaborativa es un movimiento transversal que afecta a diversos tipos de mercados y ello supone que no existe una única respuesta o medida regulatoria exclusiva. Por el contrario, cada sector debe ser tratado de forma particular y en múltiples casos, las soluciones pueden ser distintas entre países (Miller, 2016).

Para Gasser (2016), la economía colaborativa está estableciendo externalidades que el reglamento tradicional no es capaz de solventar. En muchos países, no existe una regulación concreta sobre todos los aspectos que engloba este fenómeno como pueden ser impuestos, derechos civiles, empleo o privacidad por poner algunos ejemplos.

Como hemos visto, el alojamiento de corta duración y el transporte público constituyen uno de los sectores paradigmáticos en la regulación de la economía colaborativa, donde existen polémicas de mayor fuerza. Montero y col. (2017), en su ya referido libro, establece que son tres los elementos que han causado dicha situación. Para empezar, la trascendencia económica de estos vehículos y su exiguo uso son enormes en las sociedades modernas implicando grandes beneficios adicionales que se podrían extraer si se estableciera un sistema apropiado de compartición. Para hacernos una idea de la relevancia de este fenómeno, según cifras de la Asociación Española de Fabricantes de Automóviles y Camiones (ANFAC) sobre datos de la Dirección General de Tráfico (DGT), el parque automovilístico cerró 2016 con 28,45 millones de unidades. El segundo factor estribaría en la fuerte regulación de este sector, conformada por múltiples reglas prohibitivas de la competencia y libertad de prestación de servicios, es decir, existe una barrera para llevar a cabo nuevos sistemas de economía colaborativa, difícil de sortear. Como tercer factor, Montero et al. señalan que *“ya antes de que la irrupción de la economía colaborativa pusiera en cuestión dichas restricciones, cabía dudar de la justificación de alguna de ellas. Varios datos sugieren que el marco regulatorio vigente es en gran medida el fruto de la captura de las autoridades competentes por los empresarios del sector, que obviamente han ejercido y siguen ejerciendo una enorme presión para que dicho marco se mantenga sustancialmente inalterado, por la cuenta que les trae”* (Montero et al., 2017:333-334).

Con el cometido de mermar la incertidumbre que existe sobre los efectos sociales de la economía colaborativa y de su regulación, es importantísimo concretar y evaluar las consecuencias reales, los beneficios y los costes que para la sociedad se producen de las normas aplicables a dicha actividad. Son muchos los sectores donde las plataformas de la economía colaborativa tienen una progresiva relevancia y, por tanto, incluso aunque se confirme que se circunscriben a prestar servicios de media-

ción electrónica, es necesario fijar una regulación *“que obligue a las plataformas asumir las obligaciones que tradicionalmente superan las de un prestador de servicios de mediación”* (Montero y col., 2017:97).

En este sentido, el controvertido caso suscitado sobre el sector del transporte público en España (más concretamente sobre el caso de la empresa Uber Pop, puesto que otras empresas del sector, como Cabify o Bla, Bla, Car, parecen encontrarse dentro de la legalidad, al menos de momento) puede servir de indicador para el futuro en varios sentidos. En primer lugar, que la regulación de la convivencia entre la economía colaborativa y la “tradicional” no será un proceso a corto plazo. Ha de recordarse al respecto que el proceso contra Uber comenzó en 2014 cuando la Asociación Profesional Élite Taxi, una asociación profesional de taxistas de Barcelona, interpuso una demanda en el Juzgado de lo Mercantil nº 3 de Barcelona contra Uber Systems Spain, S.L. (“Uber”), al considerar que sus actividades vulneraban la normativa vigente y constituían prácticas engañosas y actos de competencia desleal, por lo que no podía estar amparada su actividad bajo el paraguas jurídico que supone el artículo 56 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE) ni las Directivas de servicios en el mercado interior y la de servicios de la sociedad de la información.

Pues bien, no es hasta diciembre de 2017, como ya se ha mencionado anteriormente, que el Tribunal de Justicia de la Unión Europea ha resuelto las dudas que le planteó dicho juez con una sentencia en la que indica que la empresa Uber Pop ha de considerarse enmarcada como una empresa de servicios en el ámbito del transporte, y por lo tanto sometida a la Ley 16/1987, de 30 de julio, de Ordenación de los Transportes Terrestres (LOTT), lo que así ha ratificado, en consonancia, el Tribunal Supremo español. Posteriores sentencias han limitado aún más el campo de actuación de estas empresas, aunque actualmente existe un recurso de la CNMC en contra de las mismas, por lo que aún hoy en día existen ramificaciones del caso sin resolver.

En realidad, la sentencia del Tribunal europeo de Justicia es poco efectiva en la práctica, salvo por una serie de multas menores, puesto que UberPop cerró en 2014 en España y en la Unión Europea en fechas similares, siendo sustituida poco después por UberX, cuya principal diferencia con la anterior radica en que en el último caso los conductores que realizan los servicios de transporte cuentan con licencias VTC (vehículos de transporte con conductor). Sin embargo, sí sirve para dejar claro que los criterios conceptuales recogidos en la “Agenda Europea para la economía colaborativa” son la base en que el Tribunal europeo de justicia basará sus futuras sentencias, a saber (Alfonso, 2016 b): *“1) la fijación por la plataforma del precio final que ha de pagar el usuario como beneficiario del servicio subyacente; 2) la determinación por la plataforma de condiciones contractuales esenciales, y 3) la posesión por la plataforma de activos necesarios para prestar el servicio subyacente”*.

Parece pues, que, aunque lento, el camino tiene establecido el trazado con líneas claras pero generales, debiendo ser perfiladas para cada ocasión. Obviamente, al menos parece lo más plausible, futuros casos proporcionarán mayor jurisprudencia que acortaría los plazos para resolver procesos similares en otros sectores.

Igualmente, parece que la sentencia dictada por el tribunal de Luxemburgo “legaliza” el debate ya abierto en el mundo académico sobre la pertinencia de adjudicar a determinadas empresas el calificativo de empresas de economía social (y por lo tanto los beneficios de todo tipo que por su utilidad pública se le confieren), cuando su único logro ha sido utilizar las plataformas digitales para plantear otra forma de hacer negocio, pero dentro de las normas del capitalismo, fundamentalmente la obtención de beneficio por parte de los propietarios de las mismas (Alfonso, 2016b:243; Monzón y Chaves, 2016:30)

Es por ello que, en los últimos tiempos, aprovechando los avances tecnológicos y las ventajas que el cooperativismo puede aportar en el caso de las plataformas de economía colaborativa, ha dado lugar a las denominadas cooperativas de plataforma, de propiedad colectiva, gobernadas de forma democrática por sus propietarios y sin tener como fin último la maximización de los beneficios económicos. (Monzón y Chaves, 2016:31). Estas tendencias, examinadas en profundidad en un estudio de la Fundación Unipolis, (Como et al., 2015) centrado en el caso italiano, seguido de otro de Cooperativas Europa (Como et al., 2016) con el apoyo de la consultora LAMA, dan idea de las ventajas de esta unión, pero también de las dificultades que todavía han de ser resueltas (tamaño y financiación primordialmente, aunque también dificultades de adaptación conceptual).

Continuando con los retos pendientes, autores como Koopman et al. (2015) o Grimaldos (en Alfonso y Valero, 2016) consideran también relevante concretar normas específicas respecto a la protección de los usuarios. Si bien respecto a los servicios de la sociedad de la información dicha protección ya está establecida, se plantea la introducción de obligaciones concretas (plataforma, prestador del servicio principal, entre otros).

La guerra legal por la economía de las plataformas está en sus comienzos y en los próximos años se establecerá el modo que adoptará este fenómeno en lo respectivo a su regulación. Para Malhotra y Van Alstyne (2014), establecer una regulación es necesario para evitar por motivos políticos, jurídicos o fallas de mercado, que una de las partes tenga preeminencia sobre la otra (mercado tradicional versus economía colaborativa).

Por otra parte, la Comunicación de la Comisión Europea con fecha de 02/06/2016⁷ ofrece una serie de orientaciones sobre la Agenda Europea para la economía colaborativa referidas a los modos en que puede aplicarse la legislación promulgada por la Unión Europea a este sector. Orientaciones que tratan de solucionar las dudas que pueden surgir debido a los diversos marcos jurídicos existentes dentro de la UE.

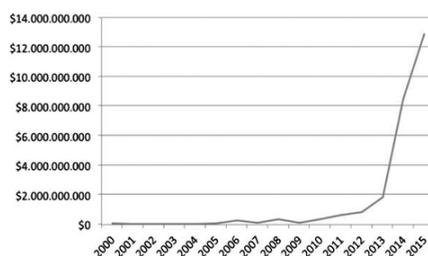
7.- Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones, de 02/06/2012 COM 356 final.

Para finalizar, hacer mención a las palabras del Tribunal Europeo de Derechos Humanos al establecer que cuando el Estado aborda *“cuestiones complejas de política (...) económica, el proceso decisorio debe (...) comportar la realización de investigaciones y estudios apropiados, a fin de prevenir y evaluar previamente los efectos de las actividades que pueden atentar contra... los derechos de los ciudadanos, posibilitando de esa manera el logro de un justo equilibrio entre los diversos intereses concurrentes”* (Doménech, 2015:71).

8. Evolución de la inversión en la economía colaborativa a nivel internacional

Según datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), entre los años 2013 y 2015, la inversión a nivel mundial en economía colaborativa se multiplicó por siete, ascendiendo de 1.800 millones de dólares a casi 13.000 millones de dólares.

Gráfico 1. Progreso de la inversión de economía colaborativa a nivel mundial en el periodo 2000-2015

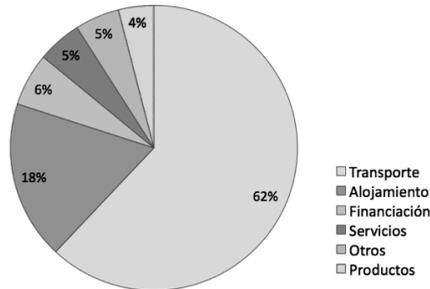


FUENTE: Extraído de CNMC (2016a:19).

Desde enero del año 2000 hasta septiembre del año 2015, se registró a nivel mundial, una inversión en plataformas de economía colaborativa de 25.972 millones de dólares. Los últimos años presentaron un mayor crecimiento, registrando 1.820 millones de dólares en 2013, 8.489 millones de dólares en 2014 y 12.90 millones de dólares en 2015.

El siguiente gráfico representa los sectores de la economía colaborativa, que, desde el año 2000, han recibido mayor inversión mundial:

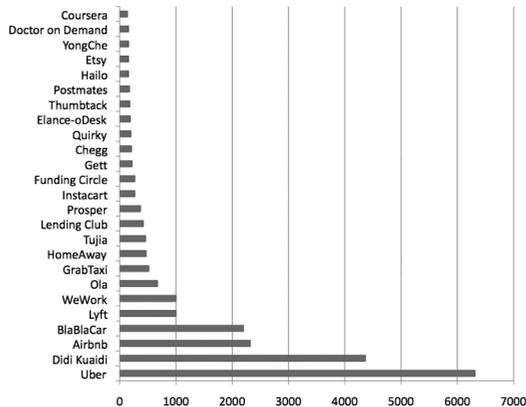
Gráfico 2. Distribución por sectores de la inversión en plataformas de economía colaborativa en el periodo 2000-2016



FUENTE: Extraído de CNMC, 2016:20.

A continuación, se puede observar qué plataformas acumulan una inversión más elevada durante el periodo referido, siendo Uber la que más obtiene superando los 6.000 millones de dólares. El segundo puesto corresponde a la *plataforma más importante* de demanda de *taxi* mediante el móvil en *China (Didi Kuaidi)* y después encontramos a Airbnb y Blablacar.

Gráfico 3. Las 25 principales plataformas por inversión acumulada entre 2000-2015



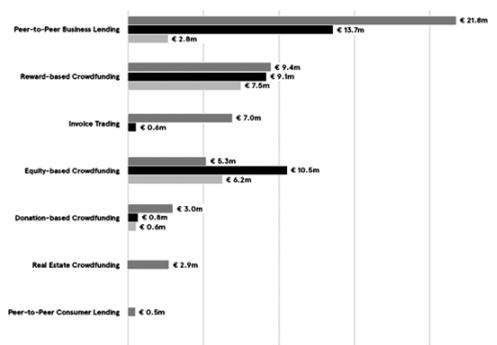
FUENTE: Extraído de CNMC, 2016:21.

• Datos financiación colaborativa

En España, el veloz aumento de la economía colaborativa lo podemos evidenciar en muchas categorías como la de la financiación colaborativa, en la que se engloban modalidades de microfinanciación (crowdfunding o crowdlending), préstamos entre sujetos o ahorro colaborativo, por ejemplo.

Las plataformas de financiación colaborativa españolas han contabilizado 103 millones de euros en los últimos 3 años, aumentando un promedio del 75% durante el periodo 2013 y 2015. En el ejercicio 2014 se consiguió 36 millones, en 2015 subió hasta los 50 millones de euros y el 43% de dicha cantidad se ha invertido en plataformas de préstamos para empresas. Éste es el sector, por lo tanto, que recibe mayor inversión en España en comparación con Europa, donde el préstamo a particulares genera un mayor volumen de negocio.

Gráfico 4. Volumen de financiamiento de plataformas de financiación: España 2013-2015 (EUR)

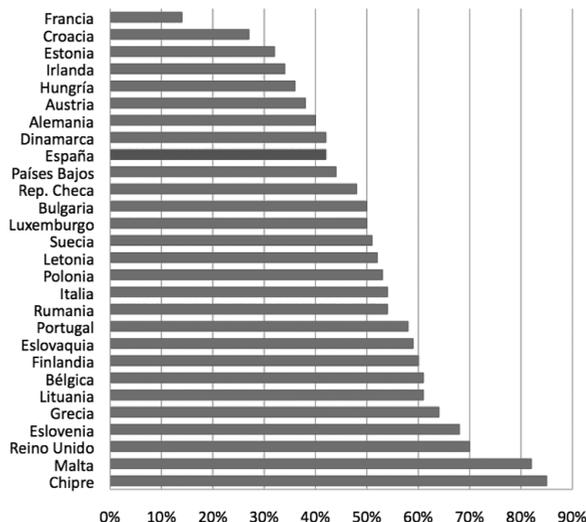


FUENTE: Zhang et al., 2016:33.

• Conocimiento y uso de las plataformas de la economía colaborativa

Aunque en España no se tiene un conocimiento muy profundo sobre las plataformas colaborativas es, no obstante, de los países de la UE donde más se las conoce. Seguidamente, se muestra el desconocimiento de este tipo de economía a nivel mundial, ordenado por países. Más del 40% de los españoles no conoce estas plataformas, una cifra similar a la correspondiente en Europa (46%). Si nos comparamos con Bélgica, Finlandia, Grecia, Portugal o Reino Unido, en los que esta cifra alcanza el 60%, nuestro desconocimiento no sería tan elevado. Francia ocupa el primer lugar del ranking, con sólo un 14% de la población desconocedora de este tipo de intercambios, seguido de Estonia, Croacia e Irlanda, donde más del 66% las conocen.

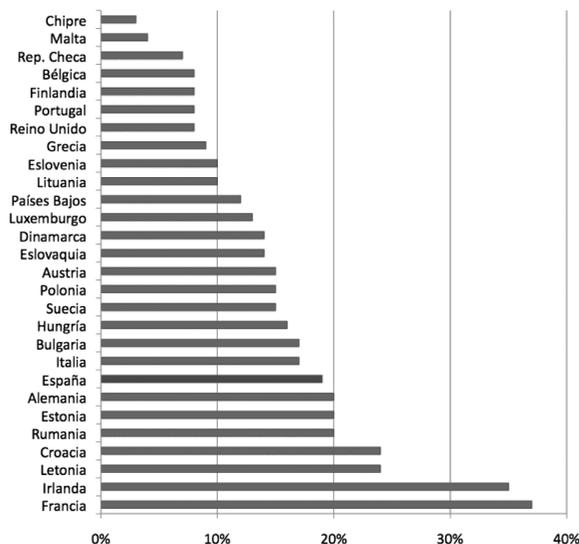
Gráfico 5. Grado de desconocimiento de plataformas de economía colaborativa por países



FUENTE: Extraído de la encuesta realizada por *Flash Eurobarometer* 438 en marzo de 2016 a los países miembros de la UE encargada por la Comisión.

Respecto al uso de estas plataformas, señalar que el 17% de la población de la UE las han usado en alguna ocasión. Francia e Irlanda encabezan el estudio de nuevo, pero España sigue por delante de otros países como Reino Unido, Dinamarca, Países Bajos o Suecia. Aunque nuestro país se encuentre entre los más adelantados, todavía está en proceso de adaptación, puesto que únicamente el 19% de la población española confirma haber utilizado alguna vez estas plataformas.

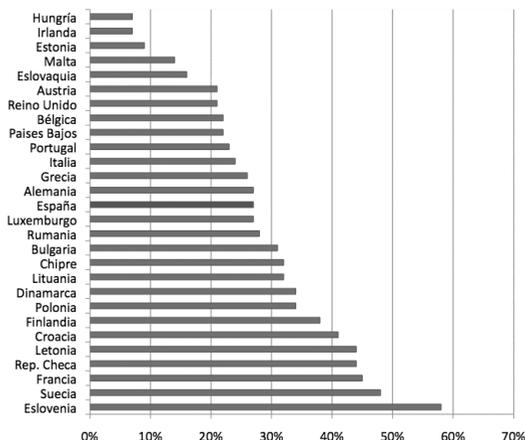
Gráfico 6. % de población por países que ha usado plataformas de economía colaborativa



FUENTE: Extraído de la encuesta realizada por *Flash Eurobarometer* 438 en marzo de 2016 a los países miembros de la UE encargada por la Comisión.

El gráfico inferior revela cómo solamente el 27% de la población española que ha usado estas plataformas ha ofrecido sus propios servicios o productos. En este caso, España se sitúa por debajo del 32%, la media europea. Francia es el país donde más se usan estas plataformas no únicamente para adquirir productos o servicios, sino también para ofrecerlos. En la República Checa, Finlandia o Eslovenia la oferta de bienes o servicios es alta en proporción al reducido uso de estas plataformas.

Gráfico 7. % de población por países que ha ofrecido productos o servicios en plataformas de economía colaborativa

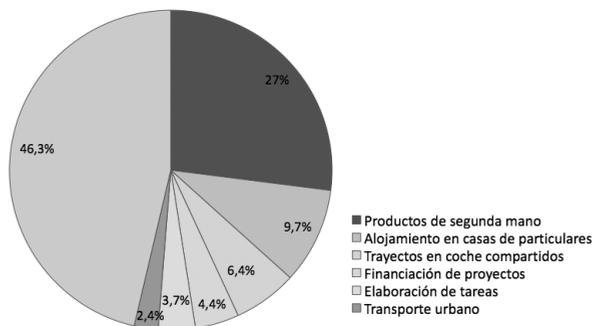


FUENTE: Extraído de la encuesta realizada por *Flash Eurobarometer* 438 en marzo de 2016 a los países miembros de la UE encargada por la Comisión.

El Panel de hogares elaborado por la CNMC recoge en un estudio realizado en España en 2016, que la razón principal para el uso de estas plataformas es el bajo coste de los productos o servicios. El 34% de la población española usa estas plataformas por lo menos una vez al mes.

El siguiente gráfico refleja las plataformas de economía colaborativa más usadas por los españoles en 2016: las de adquisición de bienes de segunda mano. El 27 % de la población compra o alquila este tipo de bienes al menos una vez al año. El segundo servicio más utilizado es el de alojamiento en casas de particulares, con una tasa de 9,7%. El 6,4% de la población utiliza las plataformas para compartir viajes en coche entre ciudades. El 4,4% de los españoles utiliza este tipo de plataformas para la financiación de proyectos y 3,7% para la elaboración de trabajos o tareas. El 2,4% las usa para el transporte urbano.

Gráfico 8. Las plataformas colaborativas más empleadas en España en 2016



FUENTE: Extraído del Panel de Hogares del periodo comprendido entre abril y junio de 2016 elaborado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMR, 2016b).

El estudio también revela un mayor índice de demanda de este tipo de servicios que de oferta. Solamente un 4% de los españoles afirma haber ofrecido servicios de alojamiento o transporte en el 2016. La oferta de productos de segunda mano refleja una tasa bastante superior, pues el 22,7% de la población declara haber ofertado algún producto en el 2016. Según la CNMC, la principal razón de uso de plataformas colaborativas es el menor coste respecto a la forma tradicional, llegando a reducirse el precio en algunos casos hasta un 50%, incluso 70%.

Otra razón importante para el consumidor fue la flexibilidad y mayor ajuste a sus necesidades, según afirmaron la mitad de los usuarios de automóviles compartidos. Los usuarios de alojamiento ofrecido por otros agentes declararon que su motivación era la información facilitada (24%). Los usuarios de coche compartido entre ciudades consideraron relevante la oportunidad de conocer a gente con sus mismas aficiones (20%). El grado de satisfacción más alto se encuentra entre los consumidores que comparten automóvil entre ciudades, afirmando el 67% de ellos estar satisfecho o muy satisfecho. El 60,9% de los consumidores de bienes de segunda mano declaran estar satisfechos. El 60,4% de las personas que se alojan en casas particulares se sienten satisfechas. En el caso del transporte urbano, sólo un 22,8% se muestra satisfecho y el 50,8% se muestra indiferente. El 10% de los usuarios se declara insatisfecho, excepto en el servicio de transporte urbano (18,6%) y realización de tareas (14,1%), donde los usuarios manifiestan estar poco o nada satisfechos CNMR (2016b).

9. Conclusiones

La economía colaborativa está enraizada y sumamente vinculada con la tecnología y con la actitud de las personas en el ecosistema digital, el cual incluye renovados modos de interacción, tales como las redes sociales que facultan optimizar los bienes y servicios gracias a intercambiarlos, alquilarlos o compartirlos, por ejemplo. Verdaderamente es un modo de democratizar productos y servicios.

En diversos países, la merma de las condiciones económicas ha facultado que muchos sujetos pongan en funcionamiento, desarrollen o participen en las actividades de un nuevo enfoque enmarcado dentro de la economía social, con el objetivo de adquirir productos y servicios que en el mercado tradicional no podrían alcanzar o, por lo menos, no en contextos tan favorables. La economía colaborativa, mediante el consumo colaborativo, es hoy en día un hecho omnipresente que se ha ido configurando paulatinamente como una subdisciplina económica que representa un relevante sector resiliente ante la recesión económica al brindar oportunidades y respuestas a las incertidumbres que ésta ha provocado. Estamos en una sociedad de cambio y este fenómeno se adecúa muy eficazmente a las nuevas necesidades sociales. Los nuevos modelos de dicha economía evidencian múltiples ventajas, entre otras, precios más eficaces, mayor oferta y fomento de la innovación. Es un movimiento que considera más relevante la necesidad de disponer de un concreto producto o servicio en el momento en que se precise trascendiendo a la necesidad imperiosa de poseerlo indefinidamente.

Se han expuesto aquí tres de las principales plataformas que operan en España: Uber, AirBnB y BlaBlaCar. Éstas armonizan la oferta de los propietarios de casas, vehículos o de cualquier bien o servicio con su demanda. Las mismas están cambiando totalmente la prestación de servicios.

Sin embargo, la incursión de este movimiento también está provocando dificultades jurídicas y sociales en algunos sectores que siempre han estado profusamente regulados a través de normas y técnicas de intervención pública concebidas para una realidad diferente a la de hoy en día. Es por ello que los desafíos a los que tiene que enfrentarse son múltiples y complejos. Para empezar, se tendría que reflexionar sobre la regulación más adecuada, teniendo en consideración las particularidades de los operadores que actúan en el ámbito de la economía colaborativa, así como el origen de la misma. El progreso de este tipo de economía está formando a las personas para comprender el consumo de nuevas formas y las empresas tradicionales también deben progresar con la transformación de esta tendencia. Del mismo modo, los legisladores han de poner en marcha nuevos referentes para disponer normas adaptadas a esta nueva realidad. Es de suma importancia que la regulación deje claro los objetivos que persigue y eludir cargas impositivas que entorpezcan el ejercicio de la actividad. El caso en concreto de Uber en España ha evidenciado que, aunque el camino a recorrer necesite aún de aclaraciones específicas para cada sector de actividad concreto, el tiempo exigido para ello debería reducirse, por ejemplo a través de una regulación genérica basada en lo esta-

blecido por la Unión Europea, y con ello se facilitasen las decisiones judiciales que probablemente habrán de producirse para futuras reclamaciones relacionadas con la economía colaborativa, desde el momento que la misma atrae a consumidores para los cuales ya existía un mercado preestablecido, con normas de juego más restrictivas.

De igual forma, dicho caso ha dado lugar también a que las autoridades europeas hayan dado un primer e importante paso para diferenciar qué negocios han de entenderse amparados bajo la economía colaborativa de aquellos otros que, dentro del marco del capitalismo, aprovechan la protección que recibe la economía colaborativa para obtener ventajas adicionales sobre otros operadores del mercado.

La economía colaborativa incluye muchos factores novedosos que hasta hace relativamente escaso tiempo eran desconocidos para la mayoría y toda novedad, al principio, implica inexorablemente incertidumbre, como acontece con otros fenómenos económicos o sociales nuevos. Las plataformas de la economía colaborativa deben adecuarse y acatar las normas de cada país en el cual se establezcan y con ello los contextos de incertidumbre irán desapareciendo, puesto que estarán dentro de la legalidad. Para ello también se debe constituir una regulación que tenga en consideración sus características y solvente las dudas sobre su régimen jurídico.

De todo lo referido, se puede afirmar que estamos ante una economía equitativa, sostenible y una relevante opción ante el capitalismo que nos plantea un marco inspirador e ineludible, sin embargo, con muchos enigmas aún por descifrar. Estamos asistiendo a un momento de transformación, entreviendo un nuevo panorama de colaboración. La economía colaborativa ya es una realidad y estamos experimentando día tras día cómo son cada vez más las empresas y la sociedad que surgen y se agregan a esta forma de consumir, comprar, utilizar o vivir. La economía colaborativa está en su pleno apogeo y, en principio, todo indica que continuará así.

Sin embargo, el futuro de la economía colaborativa dependerá tanto de su utilidad para los usuarios como de la capacidad de adaptarse a las múltiples situaciones a las que se enfrenta el consumidor cada día. Adaptarse a las situaciones significa solucionar problemas de equidad, sostenibilidad y empatía, lo cual no abunda en la sociedad capitalista occidental.

Referencias bibliográficas

AA.VV. (2015): *Dalla Sharing Economy all'Economia Collaborativa. L'impatto e le opportunità per il mondo cooperativo*, I Quaderni di Unipolis. Disponible en: <http://www.fondazioneunipolis.org/wp-content/uploads/2015/12/Ricerca-Economia-collaborativa-e-Cooperazione.pdf>.

- AA.VV. (2016): *Cooperative platforms in a european landscape: an exploratory study*. Disponible en: https://coopseurope.coop/sites/default/files/Paper_Cooperatives%20Collab%20Economy__0_0.pdf.
- AA.VV. (2016): *Retos jurídicos de la economía colaborativa en el contexto digital*, (Dir. ALFONSO/VALERO), Thomson Reuters-Aranzadi, Navarra.
- ALFONSO SÁNCHEZ, R. (2016a): "Aproximación jurídica a la economía colaborativa: diferentes realidades", *Cuadernos de Derecho y Comercio*, 66, 13-73.
- ALFONSO SÁNCHEZ, R. (2016b): "Economía colaborativa: un nuevo mercado para la economía social", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 88, 231-258.
- AVITAL, M., ANDERSSON, M., NICKERSON, J., SUNDARARAJAN, A., VAN ALSTYNE, M. & VERHOEVEN, D. (2014): "The collaborative economy: a disruptive innovation or much ado about nothing?". In: *Proceedings of the 35th International Conference on Information Systems, ICIS 2014*, Association for Information Systems, AIS Electronic Library (AISeL), Atlanta, GA, pp. 1-7.
- BALCK, B. & CRACAU, D. (2015): *Empirical analysis of customer motives in the shareconomy: a cross-sectoral comparison*, Otto von Guericke University Magdeburg, Faculty of Economics and Management.
- BELK, R. (2014): "You Are What You Can Access. Sharing and Collaborative Consumption Online", *Journal of Business Research*, 67(8), 1595-1600.
- BENKLER, Y. (2004): "Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing as a Modality of Economic Production", *Yale Law Journal*, 114, p. 237.
- BOTSMAN, R. & ROGERS, R. (2010): *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*, New York, USA: Harper Business.
- BOTSMAN, R. (2015): "Defining the Sharing Economy: What is Collaborative Consumption and What Isn't?", *Fastcoexist.com*, mayo.
- CAÑIGUERAL, A. (2014): *Vivir con menos. Descubre las ventajas de la nueva economía colaborativa*, Madrid: Conecta, Liberdúplex.
- CESE (2014): *Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre «Consumo colaborativo o participativo: un modelo de sostenibilidad para el siglo XXI»* (Dictamen de iniciativa). Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52013IE2788&from=ES>
- CHAVES, R. & MONZÓN, J.L. (2018): "La economía social ante los paradigmas económicos emergentes: innovación social, economía colaborativa, economía circular, responsabilidad social empresarial, economía del bien común, empresa social y economía solidaria", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 93, 5-50, DOI: 10.7203/CIRIEC-E.93.12901.
- MONZÓN, J.L. & CHAVES, R. (2016): *Evolución reciente de la economía social en Europa*, Comité Económico y Social Europeo. Disponible en: <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qe-04-17-875-es-n.pdf>.

- CNMC (2016): "Conclusiones preliminares sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa". Disponible en:
<https://www.cnmc.es/CNMC/Prensa/Tabld/254/ArtMID/6629/ArticleID/1684/La-CNMC-somete-a-consulta-p250blica-las-Conclusiones-preliminares-del-estudiosobre-los-nuevos-modelos-de-prestaci243n-de-servicios-y-la-econom237a-colaborativa.aspx>.
- CNMR (2016a): *E/CNMC/004/15 estudio sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa*. Recuperado de:
https://www.bez.es/images/carpeta_gestor/archivos/RESULTADOS_PRELIMINARES.pdf.
- CNMR (2016b): *Uno de cada tres internautas utiliza plataformas de economía colaborativa al menos una vez al año*. Recuperado de: <https://www.cnmc.es/2016-10-21-uno-de-cada-tres-internautas-utiliza-plataformas-de-economia-colaborativa-al-menos-una>.
- COIT (2016): *La economía colaborativa. Asociación española ingenieros de telecomunicación*. Disponible en:
http://www.aeit.es/sites/default/files/migrate/content/downloads/20160608_informe_economia_colaborativa_9720405c.pdf.
- COMISIÓN EUROPEA (2016): *Comunicación de la comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Una Agenda Europea para la economía colaborativa*.
- CRISTENSEN, C.M. & BOWER, J.L. (1995): "Disruptive technologies: Catching the Wave", *Harvard Business Review*, January-February.
- DOMÉNECH PASCUAL, G. (2015): "La regulación de la economía colaborativa (El caso «Uber contra el taxi»)", *Revista CEFlegal*, 175-176, agosto-septiembre, 61-104. Disponible en:
<http://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/54302/112244.pdf?sequence=1>.
- GASSER, U. (2016): *The sharing economy: disruptive effects on regulation and paths forward*. Disponible en: Swiss Re, Center for Global Dialogue: http://cgd.swissre.com/risk_dialogue_magazine/Digital_Economy/sharing_economy_disruptive_effects.html.
- GOUDIN, P. (2016): *The Cost of NonEurope in the Sharing Economy*, EPRS, European Parliamentary Research Service. 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).
- HARMAALA, P.D.M.M. & LAHTI, S.C. (2016): "Can sharing cities promote sustainability, HAAGA-Helia.
- HUEFNER, R.J. (2015): "The sharing economy: Implications for revenue management", *Journal of Revenue & Price Management*, 14(4), 296-298.
- KOOPMAN, C., MITCHELL, M. & THIERER, A. (2015): "The Sharing Economy and Consumer Protection Regulation. The Case for Policy Change", *Journal of Business, Entrepreneurship and the Law*, vol. 8, núm. 2.

- MALHOTRA, A. & VAN ALSTYNE, M. (2014): "The Dark Side of the Sharing Economy ... And How to Lighten It", *Communications of the ACM*, 24-27.
- MILLER, STEPHEN R. (2016): "First Principles for Regulating the Sharing Economy", *Harvard Journal on Legislation*, 53, 147-202. Disponible en: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2568016.
- MONTERO PASCUAL, J.J. (coord.) (2017): *La regulación de la economía colaborativa*, Valencia: Tirant lo Blanch.
- OWYANG, J. (2016): *Honeycomb 3.0: The Collaborative Economy Market Expansion*. Disponible en: <http://www.web-strategist.com/blog/2016/03/10/honeycomb-3-0-the-collaborative-economy-market-expansion-sxsw/>.
- 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).
- PASTOR, E. (2011): "El papel de la economía social como motor del cambio social y la democratización sostenible de las políticas públicas sociales en el ámbito local", *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos*, 104, 143-169.
- RIFKIN, J. (2014): *The Zero Marginal Cost Society*, New York: Palgrave Macmillan.
- ROCHET, J.C. & TIROLE, J. (2003): "Platform Competition in Two-Sided Markets", *Journal of the European Economic Association*, 1(4), 990-1029.
- SCHOR, J. (2014): *Debating the Sharing Economy*, Tellus Institute. Disponible en: http://www.tellus.org/pub/Schor_Debating_the_Sharing_Economy.pdf.
- STAHEL, W. (2016): "Circular Economy. Nature", *International weekly journal of science*. Disponible en: <http://www.umariana.edu.co/ojs-editorial/index.php/libroseditorialunimar/article/view/1154>.
- SUNDARARAJAN, A. (2014): *Peer-to-peer businesses and the sharing (collaborative) economy: Overview, economic effects and regulatory issues*, written testimony for the hearing titled The Power of Connection: Peer to Peer Businesses.
- VALERO TORRIJOS, J. & ALFONSO SÁNCHEZ, R. (Dir.) (2017): *Retos jurídicos de la economía colaborativa en el contexto digital*, Madrid: Dykinson.
- WAGNER, T., KUHNDT, M., LAGOMARSINO, J. & MATTAR, H. (2015): *Listening to Sharing Economy Initiatives*. Disponible en: 17 de marzo de 2016, de https://www.scp-centre.org/wp-content/uploads/2016/05/Listening_to_Sharing_Economy_Initiatives.pdf.
- ZHANG et al. (2016): *Sustaining momentum the 2nd european alternative finance industry report CME*, University of Cambridge. Recuperado de: <https://www.p2p-banking.com/countries/germany-new-european-alternative-finance-industry-report-sustaining-momentum>.