

Sergio Luis Nández Alonso
(coord.)

**ECONOMÍA DIGITAL Y
COLABORATIVA:
CUESTIONES
ECONÓMICAS Y
JURÍDICAS**



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
SUOR ORSOLA
BENINCASA

EurytionPRESS

Sergio Luis Náñez Alonso
(coord.)

**ECONOMÍA DIGITAL Y
COLABORATIVA:
CUESTIONES ECONÓMICAS Y
JURÍDICAS**



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
SUOR ORSOLA
BENINCASA

EurytionPRESS

© 2019 by Università degli Studi Suor Orsola Benincasa and Eurytion Press
Author: Sergio L. Nández Alonso (coord.)
*All manuscripts are accepted based on a double-blind peer review editorial.
This book was subjected to a double-blind peer review process.*



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
SUOR ORSOLA
BENINCASA

Eurytion PRESS

© 2019 by Università degli Studi Suor Orsola Benincasa and Eurytion Press
Author: Sergio L. Nández Alonso (coord.)

Managing Editors: Fabrizio M. Sirignano and Jose Gomez
Università degli Studi Suor Orsola Benincasa and Eurytion Press
ISBN: 978-88-960559-1-5

All rights reserved. No part of this book may be reprinted or reproduced or utilised in any form or by any electronic, mechanical, or other means, now known or hereafter invented, including photocopying and recording, or in any information storage or retrieval system, without permission in writing from the publishers.

How to cite this book: Sergio L. Nández Alonso (coord.) (2019). *Economia Digital y Colaborativa: Cuestiones Económicas y Jurídicas*. Naples, Italy: UNISOB and Eurytion Press.

First Edition published by UNISOB and Eurytion Press, 2019.

New Lines of Inquiry in Social Sciences and Humanities Series This series offers new multidisciplinary approaches in the various fields of their academic and scientific disciplines.

Editors-in-Chief

Dr. D. José Gómez Galán
Dr. D. Fabrizio M. Sirignano

Associate Editors

Dra. Dña. Cristina Lázaro Pérez
Dr. D. César Bernal Bravo
Dr. D. Eloy López Meneses
Dr. D. José Ángel Martínez López

Scientific Committee

Dra. Dña. Úrsula A. Aragunde Kohl
Dra. Dña. Almudena Barrientos Báez
Dra. Dña. Chiara Antonia d'Alessandro
Dra. Dña. María del Mar Fernández Martínez
Dra. Dña. Elena Jiménez Pérez
Dra. Dña. Isotta Mac Fadden
Dra. Dña. Stefania Maddalena
Dra. Dña. Nellie Pagán Maldonado
Dra. Dña. Margherita Musello
Dra. Dña. Maria Rosaria Stollo
Dra. Dña. Simonetta Ulivieri
Dra. Dña. Zaida Vega Lugo
Dr. D. David Caldevilla Domínguez
Dr. D. Enricomaria Corbi
Dr. D. Juan José Carrión Martínez
Dr. D. Lucio d'Alessandro
Dr. D. Pascal Perillo
Dr. D. Omar A. Ponce Rivera
Dr. D. Pasquale Rossi
Dr. D. Esteban Vázquez Cano

ÍNDICE

ÍNDICE	3
PREFACIO	7
PRÓLOGO	9
I. LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN LA ERA DIGITAL: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y ALCANCE ECONÓMICO	11
II. LA SITUACION DE LA ESPAÑA ACTUAL A LA ECONOMIA COLABORATIVA A TRAVES DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES DE VEHICULOS CON CONDUCTOR	32
III: LA DEPENDENCIA DIGITAL Y SU VALORACIÓN EN EL MARCO DE LA DEPENDENCIA JURÍDICA.....	48
IV. UN CASO DE ECONOMÍA DIGITAL: EL “DROPSHIPPING” Y OTRO DE ECONOMÍA COLABORATIVA: “PEER TO PEER ACCOMMODATION” Y SU TRIBUTACIÓN	54
V. ACERCA DE LA POSIBLE RESPONSABILIDAD PENAL DE LAS PLATAFORMAS DE ECONOMÍA COLABORATIVA.....	64
VI. ECONOMÍA COLABORATIVA-DIGITAL: IMPLICACIONES ÉTICAS.....	80
RESÚMENES DE LOS CAPÍTULOS	99
ACERCA DE LOS AUTORES	103

PREFACIO

Este libro afronta uno de los temas de mayor interés en la actualidad: la economía digital y colaborativa. En la nueva sociedad en la que nos encontramos, dominada por el paradigma digital, resulta determinante afrontar el estudio y análisis de todas las transformaciones que las tecnologías de información y la comunicación (TIC) están llevando a cabo. Todo ello se convierte en una necesidad, de ahí que sea tan importante enfocar la investigación -en diálogo con sus aplicaciones prácticas- con el objetivo de conocer mejor estos nuevos fenómenos que están surgiendo en el contexto de Internet y las tecnologías digitales. De este modo, además, se podrán potenciar sus virtudes y minimizar los inconvenientes que a su vez pueden tener.

Desde que las TIC están teniendo tal importancia en nuestra sociedad -con cambios de tanta intensidad que la están transformando por completo y con una enorme rapidez- existe un creciente interés por estudiar el conjunto de lo que realmente pueden ofrecer para mejorar la vida de los ciudadanos. En el ámbito de la economía, además, se presentan diferentes y relevantes cuestiones de naturaleza económica o legal que son por completo novedosas, sin antecedentes. Todo profesional de estos ámbitos del conocimiento debe estar capacitado para conocer esta nueva realidad. Es por ello que aportaciones como la presente, que busca brindar información contrastada y rigurosa sobre la problemática, resulte tan bienvenida. Permitirá a un amplio número de colectivos, como estudiantes universitarios, profesores, investigadores, profesionales -tanto economistas como abogados-, etc., aproximarse a todo lo que hoy supone la economía digital de una manera eficaz y directa, ofrecida por especialistas y expertos que trabajan en este ámbito.

La llamada *nueva economía* se presenta al lector de un modo accesible dentro de lo que supone su complejidad, tanto desde una perspectiva económica como del derecho, solventando dudas y cuestiones de plena actualidad. Además, se presentan todas las principales aplicaciones hoy fundamentales en la economía colaborativa. Es, por tanto, una obra de naturaleza teórica pero también práctica, que busca ofrecer conocimiento y orientación en el ejercicio diario de estas profesiones.

La colaboración entre la Università degli Studi Suor Orsola Benincasa (UNISOB) y la editorial Eurytion Press ha permitido la edición de esta obra y su distribución internacional. Ambas tienen como objetivo común visibilizar la producción académica y científica de calidad, como culminación de distintos proyectos culturales, educativos y sociales de primer nivel. De este modo se puede conseguir la máxima exposición de trabajos de prestigiosos científicos y académicos con el fin de ponerlos a disposición de la comunidad científica internacional y del conjunto de la sociedad. Este libro llega a lectores de Italia, España, Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, Francia, Japón, Canadá, India, México, Brasil, y un largo etc., gracias a una distribución internacional de primer nivel que se lleva a cabo tanto en las principales librerías como a través de Amazon. Precisamente se trata un producto que entrará de lleno dentro del concepto de esta nueva economía basada en la tecnología digital.

Para lograr estos objetivos en el ámbito académico y científico estamos tendiendo estos puentes entre los responsables institucionales y el sector de la ciencia, la tecnología y la innovación. Somos partícipes de que la ciencia no debe tener fronteras y debe estar al servicio de mejorar la calidad de vida de la ciudadanía. Es esencialmente una de las principales metas que perseguimos. En conjunto, con este proyecto buscamos la máxima difusión del conocimiento y la ciencia. Toda su estructura y características están concebidas como un medio para facilitar la formación de la sociedad y el desarrollo académico. Este libro es, por tanto, un ejemplo de ello que ponemos a disposición del lector. Estamos seguros de que sabrá apreciar el valor de esta obra original, interesante, audaz y sumamente necesaria en el panorama científico actual.

Fabrizio Manuel Sirignano
José Gómez Galán
Managing Editors

PRÓLOGO

La Economía Digital, también conocida como "Economía de Internet", "Nueva Economía" o "Economía Web", se refiere a una economía basada en la tecnología digital. En la actualidad, la Economía Digital se ha ido entrelazando cada vez más con la economía tradicional hasta el punto de que resulta difícil entender la diferencia entre ellas. La Economía Digital, también conocida como "Economía de Internet", "Nueva Economía" o "Economía Web", se refiere a una economía basada en la tecnología digital. En la actualidad, la Economía Digital se ha ido entrelazando cada vez más con la economía tradicional hasta el punto de que resulta difícil entender la diferencia entre ellas.

Por otro lado, el consumo colaborativo o economía colaborativa se define como una interacción entre dos o más sujetos, a través de medios digitalizados o no, que satisface una necesidad (no necesariamente real), de una o más personas. Las plataformas digitales establecen un marco, donde los usuarios pueden interactuar entre sí y/o con la misma plataforma. Los usuarios seleccionan el rol que desean en este momento, o varios roles simultáneamente (por ejemplo: vendedor y comprador) es un sistema abierto y dinámico. Normalmente, existe un sistema de evaluación entre los usuarios, a través del cual adquieren una reputación, y con ello, la confianza necesaria para seguir desarrollando la actividad que desean. Cuanto mayor sea el número de usuarios que exista en la plataforma digital, mayor será el valor que tendrá, y los usuarios tendrán más posibilidades de elección y/o desarrollo, serán mejor evaluados, y la confianza será más contrastada.

En el libro propuesto se analizan las implicaciones de las cuestiones económicas y legales que surgen de este tipo de economía y el uso de aplicaciones de economía colaborativa. Analizar desde la perspectiva penal, fiscal, civil, mercantil, etc., la respuesta que el ordenamiento jurídico español está dando a estas situaciones.

La revolución de la economía colaborativa ha transformado completamente nuestra sociedad. Ha surgido una nueva tendencia que busca la colaboración entre personas conocidas y desconocidas, diseñando soluciones innovadoras para resolver los problemas cotidianos, uniendo intereses y medios.

La economía colaborativa está compitiendo con las empresas tradicionales, líderes en muchos casos en sus sectores, y cambiando paradigmas al mismo tiempo. Una de las razones es que actualmente compartimos casi todo: los juguetes usados (*wallapop* o *ebay*), el coche (*segunda mano*), el sofá e incluso el tiempo. Intercambiamos casas (*air bnb* o *wimdu*), tareas, ropa (*vibbo*) e incluso la mesa del tren o del coche para ahorrar en el precio del billete o en el camino (*uber*, *blabacar*); compramos cosas usando monedas virtuales (*bitcoin*); e incluso si no queremos salir de casa sino comer, les pedimos que nos traigan comida o cena (*deliveroo* o *simplemente comer*).

Los ciudadanos se ponen en contacto entre sí y se unen para cumplir sus objetivos y deseos, y no esperan que un gobierno o una empresa les proporcione un

bien o un servicio. El consumidor ha dejado de ser sólo consumidor y se convierte en "prosumidor", uniendo la posibilidad de producir y consumir en la misma figura. A todo ello se añade que, según PwC, la economía colaborativa genera transacciones en Europa por valor de 28.000 millones de euros anuales, cifra que va en aumento.

Las leyes (en algunos casos) están desfasadas con la realidad, lo que plantea problemas desconocidos hasta ahora. Por ello, es interesante analizar cómo la regulación regula los derechos y obligaciones de los ciudadanos, en relación con el uso de las plataformas de economía colaborativa y las empresas digitales; en esta nueva forma de relacionarse con nosotros.

Sergio L. Nández Alonso
Coordinador

I

LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN LA ERA DIGITAL: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y ALCANCE ECONÓMICO

Javier Jorge Vázquez

1. Introducción

En los últimos años, la economía colaborativa se ha erigido como un nuevo modelo económico disruptivo que ha irrumpido con fuerza en la mayoría de los países del mundo, poniendo en cuestionamiento las formas y equilibrios tradicionales de organización económica y social e impulsado un cambio encaminado hacia su transformación. A pesar de ello, resulta difícil determinar con certeza cuál será su alcance, si bien, la dimensión, velocidad y dinamismo con que se presenta apuntan hacia un cambio de paradigma económico fundamentado sobre la base de una "transición de la propiedad individual tradicional de la mayoría de los activos hacia modelos económicos basados en la accesibilidad" (Goudin, 2016, p.7). Dicha transformación, de alcance global y transversal, ya resulta claramente perceptible en un amplio conjunto de mercados destacando el transporte, los servicios domésticos o el alojamiento.

Por otro lado, la expansión de la economía colaborativa observada en los últimos años resulta indesligable del vertiginoso desarrollo de las nuevas tecnologías digitales que, unido a una mayor dotación de infraestructuras de telecomunicaciones, han propiciado un acceso e interconexión a la red cada vez más ágil, segura y sencilla, promoviendo una sociedad hiperconectada que está favoreciendo la configuración de un ecosistema digital que presiona con fuerza hacia la transformación de los modelos tradicionales de negocio (Jorge Vázquez, et al., 2019) y el patrón de consumo y propiedad de los individuos.

En consecuencia, la preocupación por los retos que supone la transformación que plantea la economía colaborativa y los múltiples interrogantes que suscita por las implicaciones jurídicas y económicas que conlleva, ha propiciado que en la actualidad sea una de los temas centrales del debate social y económico. A su vez, las estimaciones realizadas sobre su crecimiento y capacidad para generar riqueza y prosperidad, han convertido a la economía colaborativa en un modelo económico innovador que brinda una oportunidad cierta para el desarrollo económico. Tales circunstancias, han propiciado el interés de las instituciones públicas por analizar el alcance y potencial de la economía colaborativa y abordar su regulación y encaje dentro del sistema económico actual, al tiempo que se sientan las bases para desarrollar todo su potencial. También la economía colaborativa ha despertado la atención de la comunidad académica. Basta con analizar la producción científica de estos últimos años (Cheng, 2016; Durán Sánchez, et al., 2016; Huurne, et al., 2017;

Sutherland y Jarrahi, 2018; entre otros) para constatar el aumento de trabajos que abordan este fenómeno, así como su interdisciplinariedad.

En este contexto, en el presente capítulo se persiguen dos objetivos principales: en primer lugar, la construcción de un marco teórico que permita sentar las bases para la delimitación conceptual de la economía colaborativa desde una perspectiva económico-histórica que permita descubrir sus fundamentos teóricos y, en segundo lugar, desarrollar un análisis sobre el alcance económico que la economía colaborativa genera desde una perspectiva territorial de análisis internacional y, en particular, europeo, prestando especial atención a los sectores de actividad económica que registran una mayor influencia de este fenómeno disruptivo. Acompaña a esta finalidad principal, dos objetivos complementarios, a saber, la categorización de los distintos modelos económicos que pueden encuadrarse dentro de la economía colaborativa y la identificación de los principales factores condicionantes de su crecimiento.

Para alcanzar los objetivos propuestos, se ha optado por la revisión de la literatura económica entorno al estado de la cuestión y por el análisis de datos procedentes de diversas fuentes estadísticas e informes oficiales de instituciones tales como la Comisión Europea (CE), el Parlamento Europeo (PE), la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), y otros estudios (PWC, Statista, etc.)

De este modo, el capítulo comienza con la delimitación conceptual de la economía colaborativa, analizando las principales características y factores determinantes de su expansión, así como la categorización de las distintas modalidades económicas en las que se manifiesta para, a continuación, presentar un estudio relativo al impacto económico que genera dicho fenómeno a partir del análisis de un conjunto diverso y amplio de indicadores y magnitudes que permiten caracterizar su alcance y dimensión desde una perspectiva internacional y sectorial. Finalmente, se presentarán un conjunto de conclusiones.

2. La economía colaborativa: origen y fundamentación teórica.

Si bien es cierto que la colaboración y el hecho de compartir han existido desde el origen de la humanidad entre los grupos de individuos más cercanos, con el rápido desarrollo de las nuevas tecnologías y la aparición de las plataformas digitales se han producido dos fenómenos novedosos que han impulsado la economía colaborativa. Por un lado, un crecimiento exponencial de los modelos de colaboración cuya tendencia se estima que se mantenga creciente en los próximos años, hasta el punto de suponer una disrupción en el funcionamiento tradicional de los mercados. Por otro lado, un aumento exponencial de las relaciones de intercambio entre personas desconocidas¹, sin que existan relaciones de parentesco, amistad o confianza mutua aparentes, lo que se ha venido a denominar como el fenómeno del “compartir con extraños” (*stranger sharing*) (Schor, 2014).

¹ Obsérvese que las nuevas tecnologías digitales han favorecido una reducción del riesgo que conllevan las relaciones de intercambio entre extraños, en buena parte gracias a los sistemas de calificación y reputación existentes en base a la información proporcionado por los propios usuarios de las plataformas digitales.

2.1. Delimitación conceptual de la economía colaborativa.

El hecho de que el interés por el estudio de la economía colaborativa sea relativamente reciente, unido a la existencia de una literatura sobre el estado de la cuestión caracterizada por su fragmentación e interdisciplinariedad (Cheng, 2016; Sutherland y Jarrahi, 2018), dificulta la identificación de una definición ampliamente aceptada que resulte clarificadora, al tiempo que englobe la amplitud de formas en las que se emplea dicho término en la práctica (Martin, 2016). A tal dificultad cabe añadir la utilización en la literatura científica de un conjunto amplio y diverso de términos empleados a menudo como sinónimos o conceptos aproximativos².

Una de las primeras referencias al fenómeno de la economía colaborativa puede encontrarse en el trabajo publicado por Felson y Spaecht (1978) que, bajo el término de “consumo colaborativo”, propició la discusión académica en torno al intercambio de bienes entre consumidores. Dicho debate fue recuperado y popularizado por el trabajo de Botsman y Rogers (2010), donde se redefine el concepto de consumo colaborativo y se analiza el cambio cultural enfocado a la progresiva transición de la propiedad al acceso. Sin embargo, pronto el término de “consumo colaborativo” resultaría insuficiente para alcanzar la amplitud de modelos propios de la economía colaborativa que trasciende del mero consumo y abarca otras muchas actividades económicas como la producción, el conocimiento o las finanzas.

Sin ánimo de emprender una revisión exhaustiva de la literatura existente en torno al estado de la cuestión, pero con la finalidad de poder conceptualizar el término de economía colaborativa y describir las diversas realidades que encierra dicho término se presenta, a continuación, un conjunto diverso de definiciones sobre este fenómeno cuyos autores ponen el acento en alguno de los rasgos fundamentales que lo caracterizan y cuyas diferencias responden principalmente a cinco elementos fundamentales: la transmisión de la propiedad, la infrautilización de los bienes y recursos compartidos, el tipo de agente económico que interviene en las transacciones, la necesidad de plataformas tecnológicas (Gómez-Álvarez, et al., 2018) y la contraprestación recibida.

De acuerdo con Botsman (2013) la economía colaborativa puede definirse como “una economía construida sobre redes distribuidas de individuos y comunidades conectadas frente a instituciones centralizadas, transformando la forma en que podemos producir, consumir, financiar y aprender”.

Frenken y Schor (2017) proponen una definición de economía colaborativa precisa, pero algo restrictiva al considerarla como el conjunto de “consumidores que se conceden mutuamente acceso temporal a activos físicos infrautilizados (capacidad ociosa), posiblemente por dinero” (p.4-5).

Por su parte, Maselli, et al. (2016) construye una definición mucho más amplia que la anterior e incorpora: i) el mercado de segunda mano, al descartar la limitación del acceso temporal y, por lo tanto, al considerar la transmisión de la propiedad de los activos; ii) la prestación de servicios de un consumidor a otro a

² Términos tales como: *sharing economy*, *shareconomy*, *collaborative consumption*, *collaborative economy*, *platform economy*, *gig economy*, *access economy*, *on demand economy*, entre otros.

través de concursos o subastas, ampliando la restricción de los activos infrautilizados; y iii) la economía del producto-servicio al incluir las plataformas de “empresa a consumidor” y relajar la restricción sobre la participación exclusiva de los consumidores.

En esta misma línea, Matofska (2016) sugiere una conceptualización amplia de la economía colaborativa, a la que define como “ecosistema socioeconómico construido en torno al intercambio de recursos humanos y físicos. Incluye la creación, producción, distribución, comercio y consumo compartido de bienes y servicios por parte de diferentes personas y organizaciones”.

Woskow (2014) hace referencia a una nueva área de la economía que “permite a las personas compartir propiedades, tiempo y habilidades a través de plataformas online. Esto puede desbloquear activos no utilizados anteriormente o infrautilizados, lo que ayuda a las personas a ganar dinero [...]. Permite a la gente pasar de ser propietaria de activos costosos, como los automóviles, a pagar por ellos solo cuando los necesitan” (p.7).

Para Buckland, et al. (2016) la economía colaborativa está compuesta por “un escenario rico y diverso de sistemas, plataformas y redes con apoyo tecnológico que permiten a los individuos compartir el acceso a los activos, recursos, tiempo y habilidades, y a intercambiar servicios, de una manera más rápida y económica que nunca antes” (p.7).

De acuerdo con Botsman (2019) la economía colaborativa puede definirse como “sistemas que liberan el valor de activos infrautilizados al hacer coincidir las necesidades y las propiedades de manera que se eviten los intermediarios y los canales de distribución tradicionales”.

Desde el punto de vista institucional y, a pesar del rápido crecimiento de estos nuevos modelos económicos y de los múltiples interrogantes que suscitan por las implicaciones jurídicas y económicas que conllevan y que resultan indeliberables de cada modelo según su definición y caracterización, la Unión Europea (UE) no ha adoptado una terminología uniforme.

Un primer intento de la Comisión Europea (2015) para definir la economía colaborativa puede encontrarse en su Comunicación denominada “Mejorar el mercado único: más oportunidades para las personas y las empresas” en cuyo texto define la economía colaborativa como:

“un complejo ecosistema de servicios a la carta y utilización temporal de activos basado en el intercambio a través de plataformas en línea [...] da lugar a una mayor variedad donde elegir y a precios más bajos para los consumidores y brinda oportunidades de crecimiento a las empresas emergentes innovadoras [...]. Aumenta, además, el empleo y beneficia a los empleados, al permitir horarios más flexibles [...]. Los recursos pueden utilizarse de manera más eficiente, con lo que aumentan la productividad y la sostenibilidad” (p.3).

Más recientemente, la CE (2016) precisa que la economía colaborativa recoge los “modelos de negocio en los que se facilitan actividades mediante

plataformas colaborativas que crean un mercado abierto para el uso temporal de mercancías o servicios ofrecidos a menudo por particulares” (p.43)³.

El Comité de las Regiones Europeo (CRE) se ha pronunciado al respecto, al considerar que la economía colaborativa se basa en “modelos sociales, nuevos o recuperados, que tienen implicaciones comerciales, jurídicas e institucionales importantes: las prácticas sociales de compartir, colaborar y cooperar” (CRE, 2016, p.28). Al mismo tiempo, rechaza parcialmente la definición ofrecida por la CE al considerar que excluye “los planteamientos no comerciales y basados en los bienes de utilidad pública” (p.28), mostrándose a favor de la necesidad de delimitar las diferentes formas de la economía colaborativa, lo que exige un enfoque coordinado entre la UE y el conjunto de Estados miembros.

Por su parte, otras instituciones europeas como el Parlamento Europeo (2017b), define esta realidad como “un nuevo modelo socioeconómico que ha implosionado gracias a la revolución tecnológica, ya que internet conecta a las personas a través de plataformas en línea en las que es posible realizar transacciones relacionadas con bienes y servicios de forma segura y transparente” (p.83).

Por último, otras instituciones españolas como la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2014) han definido a la economía colaborativa como un “modelo de consumo basado en el intercambio entre particulares de bienes y servicios que permanecían ociosos o infrautilizados a cambio de una compensación pactada entre las partes” (p.2). Más recientemente, ha matizado esta definición afirmando que engloba un “conjunto heterogéneo y rápidamente cambiante de modos de producción y consumo por el que los agentes comparten de forma innovadora activos, bienes o servicios infrautilizados, a cambio o no de un valor monetario, valiéndose para ello de plataformas sociales digitales.” (CNMC, 2016, p.12)

En el presente trabajo emplearemos la expresión economía colaborativa para hacer referencia al fenómeno objeto de estudio, por entender que es un término global, ampliamente utilizado tanto por sus defensores como por sus detractores, que recoge la mayor parte de los distintos matices recogidos en la literatura, al tiempo que responde a la terminología adoptada por las instituciones europeas y otros organismos públicos. Además, tal y como señala Bucklan, et al. (2016) no entraña las cuestiones éticas presentes en la “economía compartida” y tampoco queda sujeta a un tipo concreto de actividad tal y como sucede con la “economía de acceso” o con la “economía bajo demanda”.

Por lo tanto, el estudio que se presenta a continuación se fundamenta en la una definición de economía colaborativa, adaptada en base a la revisión bibliográfica desarrollada y con una amplitud de enfoque que permita integrar las distintas realidades económicas similares que forman parte de la economía digital:

La economía colaborativa es un ecosistema socioeconómico que integra los modelos de consumo, producción, conocimiento y financiación basados en relaciones

³ Obsérvese como la CE se decanta por la utilización del término “economía colaborativa” (*collaborative economy*) en un sentido amplio y evita, de este modo, emplear cualquier otra terminología alternativa mucho más restrictiva como puede ser la “economía compartida” (*sharing economy*).

de intercambio y compartición de tiempo, habilidades o bienes y servicios infrautilizados, que son efectuadas entre particulares (P2P), profesionales (B2B), o particulares y profesionales (P2B), a través de plataformas sociales digitales que actúan como intermediarios y facilitan las transacciones, lográndose de este modo reducir el grado de infrautilización de los activos existentes y generando nuevas oportunidades para un aprovechamiento más eficiente y sostenible de los recursos disponibles, sin que sea requisito indispensable la existencia de una contraprestación directa entre los intervinientes⁴.

2.2. Características de la economía colaborativa.

Los modelos económicos colaborativos presentan características disruptivas que ponen en cuestionamiento la organización económica clásica. La definición de los límites de la economía colaborativa, así como la identificación de los elementos específicos distintivos que habilitan a estas formas de intercambio dentro de la economía colaborativa en lugar de otras formas de mercado novedosas, resulta ser, cuanto menos, una tarea ardua no exenta de dificultades (Schor y Fitzmaurice, 2014). A pesar de ello y de la amplitud del fenómeno que nos ocupa, existe un conjunto de elementos característicos comunes a los distintos modelos que integran esta realidad:

- *Intercambio de "bienes compartibles"⁵ o activos infrautilizados.* Estos bienes, de acuerdo con su naturaleza económica, ofrecen a sus propietarios un exceso de capacidad⁶, brindándoles la oportunidad de compartirlos con otros consumidores (Frenken y Schor, 2017). Esta capacidad ociosa, imprescindible en los modelos colaborativos, se produce cuando los bienes son consumidos parcialmente por el propietario, es decir, su consumo no es continuado en el tiempo.
- *Relaciones de intercambio diversas entre distintos agentes económicos.* De acuerdo con la categorización de agentes propuesta por la CE (2016), en la economía colaborativa participan tres actores principales:

-*Prestadores de servicios:* comparten bienes y activos infrautilizados y pueden ser tanto particulares, cuyos servicios son ofrecidos ocasionalmente, como profesionales que prestan servicios de manera habitual.

-*Usuarios de dichos servicios:* consumidores de los bienes compartibles, que, a su vez, pueden adoptar también la condición de proveedor (prosumidor).

-*Intermediarios:* actúan como mediadores entre los prestadores de servicios y los usuarios facilitando, a través de plataformas digitales, las transacciones que se produzcan entre ellos.

Dentro de los modelos colaborativos cabe la posibilidad de distintos tipos de relaciones, más allá de las estrictamente existentes entre particulares (P2P)⁷. De

⁴ A pesar de ello, la evidencia empírica demuestra que la mayoría de las actividades que se desarrollan bajo el enfoque de economía colaborativa se realizan con fines de lucro (Zale, 2016).

⁵ Denominación adoptada por Benkler (2004).

⁶ Este exceso de capacidad puede observarse en la mayor parte de los bienes de consumo: vehículos, viviendas, herramientas, electrodomésticos, libros, etc.

⁷ Posición defendida por las concepciones más restrictivas de la economía colaborativa que excluyen la posibilidad de la intervención de empresas y profesionales, véase como ejemplo Frenken y Schor (2017)

este modo, se pueden producir relaciones de intercambio entre profesionales (B2B) o entre particulares y profesionales (P2B).

- *Uso de plataformas sociales digitales⁸.* Las plataformas colaborativas constituyen un elemento central de los modelos de economía colaborativa al desarrollar cuatro funciones esenciales: i) ofrecer una plataforma tecnológica que permita conectar a los prestadores de servicios con los usuarios, creando una comunidad intercomunicada; ii) facilitar un mecanismo de pago electrónico seguro; y iii) procurar mecanismos de verificación que reduzcan los riesgos y los costes de transacción asociados a las relaciones de intercambio que se produzcan entre desconocidos (Alfonso Sánchez, 2016); iv) Ofrecer asistencia en la resolución de posibles conflictos (Edelman y Gerandin, 2015). De este modo actúan como intermediarios sin llegar a prestar el servicio subyacente y permiten coincidir de manera ágil y eficiente la oferta y la demanda. A cambio de esta intermediación, generalmente, obtienen una contraprestación económica.
- *Aprovechamiento de las externalidades de red.* En los modelos de economía colaborativa caracterizados por mercados de múltiples lados, como son las plataformas, la utilidad que alcanza un usuario al conectarse a una red depende del número de usuarios con los que podrá interactuar. Así, cuántos más usuarios existan en el lado opuesto del mercado mayor será el beneficio adicional que obtengan y mayor será el atractivo para que nuevos usuarios se incorporen (efectos indirectos de red) y, por otro lado, cuanto mayor sea el número de usuarios de la plataforma, más fiables serán los mecanismos de reputación (efectos directos de red).

2.3. Categorización de la economía colaborativa.

Si bien en el presente trabajo se ha optado por la aceptación de un enfoque amplio en la definición de economía colaborativa, lo cual permite la inclusión de un conjunto diverso de modelos económicos emergentes, una aproximación más restrictiva del término conduce inexorablemente a la identificación de distintas formas que, sobre la base de un conjunto amplio de características comunes, presentan rasgos y matices diferenciales que hacen necesaria su delimitación conceptual. De este modo, siguiendo la clasificación propuesta por CRE (2016) podemos diferenciar los siguientes modelos:

Categoría	Modelo	Definición	Rasgo diferencial	Ejemplos
Economía a la carta (On demand economy)	Economía bajo demanda (<i>gig economy</i>)	Modelos de consumo y provisión de servicios basados habitualmente en relaciones de intercambio entre profesionales y	-Existencia de una relación comercial entre los usuarios. -Trabajos	Ridepooling; servicios de vehículo con conductor, etc.

⁸El modelo de economía colaborativa es una realidad indesligable de las plataformas colaborativas, tal y como pone de manifiesto el CRE (2016) al afirmar que "la economía colaborativa adopta el enfoque propio de las plataformas, según el cual uno de los principales motores de la comunidad reside en las relaciones, la reputación, la confianza social y otros motivos no económicos" (p.1).

		consumidores (B2C) que, mediante plataformas digitales que no prestan el servicio subyacente y actúan como intermediarias, se presta un servicio en base a las necesidades demandadas por el usuario a cambio, normalmente, de una contraprestación económica .	esporádicos cuya transacción se realiza a través del mercado digital. -Generalmente existe ánimo de lucro.	
	Economía de acceso (<i>access economy</i>)	Modelos de consumo caracterizados por la puesta a disposición, por parte de una empresa, de un conjunto de bienes para su uso temporal. Por tanto, se trata de un acceso temporal en lugar de una transferencia permanente.	-La plataforma presta el servicio subyacente, mientras que los usuarios no tienen contacto directo entre sí para efectuar las transacciones. - Comercialización del acceso a bienes y servicios, pero no su tenencia.	Car sharing; Coworking; etc.
Economía de puesta en común (<i>Pooling economy</i>)	Economía colaborativa (<i>collaborative economy</i>)	Modelos de consumo, producción, conocimiento y financiación basados en relaciones de intercambio y compartición de tiempo, habilidades o bienes y servicios infrautilizados, que son efectuadas entre particulares (P2P), profesionales (B2B) o particulares y profesionales (P2B), a través de plataformas sociales digitales que actúan como intermediarios y facilitan las transacciones, sin que sea requisito indispensable la existencia de una contraprestación directa entre los intervinientes.	La plataforma no presta el servicio subyacente. Puede existir o no ánimo de lucro entre los usuarios.	Alojamiento temporal entre particulares; crowdfunding; carpooling; bancos del tiempo; educación P2P, etc.
	Economía en común (<i>commoning economy</i>)	Iniciativas de propiedad o gestión colectiva.	Puesta en común de bienes de utilidad pública.	

Tabla 1. Categorización de las diferentes modalidades de economía colaborativa.

Fuente: elaboración propia a partir de Rodríguez Marín (2017) y CRE (2016)

3. Factores determinantes del desarrollo de la economía colaborativa.

Si bien la economía colaborativa no es un fenómeno novedoso, lo cierto es que su verdadera irrupción comenzó a observarse a partir de la década del 2000 y, muy especialmente, a partir de la crisis económica de 2008. La mayor parte de trabajos (Goudin, 2016; CNMC, 2016, entre otros) coinciden en señalar que el auge de la economía colaborativa se debe a la confluencia de los siguientes factores:

- **Factores económicos:** cabe diferenciar entre factores coyunturales y estructurales. En relación a los primeros, la reducción de la renta disponible y la contracción de los flujos de crédito observada durante la persistente crisis económica, obligó a los consumidores a optimizar los recursos disponibles, buscar fuentes alternativas de financiación y procurar un uso más eficiente de los activos infrautilizados con la finalidad de lograr un ahorro de costes y encontrar nuevas vías para obtener ingresos suplementarios. Desde el punto de vista estructural cabe señalar que el desarrollo tecnológico ha propiciado la monetización de la capacidad excedentaria de los activos, el ahorro de costes de transacción y la reducción de los problemas relacionados con la asimetría de la información.
- **Factores sociales, culturales y medioambientales.** Desde el punto social y cultural se aprecia un cambio progresivo en el patrón de comportamiento de los consumidores, transitando de un modelo clásico basado en la propiedad de activos hacia un modelo emergente de acceso como medio más adecuado para la satisfacción de las necesidades. Otro hecho determinante es el crecimiento de la población y la tendencia hacia su mayor concentración en determinados núcleos urbanos, lo que genera nuevas necesidades colectivas⁹. Desde el punto de vista medioambiental, destaca el aumento de la sensibilidad social hacia modelos de desarrollo económico más sostenibles que promueven un ahorro y uso más eficiente los recursos escasos.
- **Factores tecnológicos.** El auge de la economía colaborativa no podría explicarse sin el desarrollo de las nuevas tecnologías digitales que han propiciado la configuración de un ecosistema digital que favorece la conectividad entre individuos y la creación de comunidades digitales intercomunicadas. Por otro lado, las TIC han favorecido el desarrollo de sistemas de verificación, reputación y evaluación mutua de usuarios que permiten generar un entorno seguro y confiable, minimizando de este modo los problemas de información asimétrica existentes e incentivando las transacciones entre extraños. Finalmente, la aplicación de nuevas herramientas y recursos tecnológicos (conectividad de teléfonos inteligentes, geolocalización, redes sociales, sistemas de pago electrónico etc..) contribuyen a propiciar un emparejamiento más eficiente de la oferta y la demanda que, junto con la existencia de mecanismos de reputación, permiten reducir los costes de transacción.

⁹ Por ejemplo, las relacionadas con la movilidad.

4. Impacto económico y dimensión de la economía colaborativa.

En los últimos años, constituye un hecho indiscutible el rápido y fuerte crecimiento que ha experimentado la economía colaborativa. El número de iniciativas económicas que operan sobre la base de plataformas digitales colaborativas se han multiplicado exponencialmente en los distintos sectores productivos. Por otro lado, el crecimiento del número de usuarios se ha acelerado en los últimos años, al tiempo que crece el número de transacciones.

Determinar la magnitud e impacto económico de la economía colaborativa resulta una tarea particularmente compleja. Una de las limitaciones más relevantes radica, tal y como se señaló anteriormente, en la inexistencia de una definición clara y precisa sobre dicho fenómeno que resulte, además, ampliamente aceptada. Por lo tanto, determinar cuáles son las actividades que conforman dicha realidad se convierte en un factor indispensable ante cualquier pretensión cercana a cuantificar la dimensión y capacidad potencial de la economía colaborativa. Adicionalmente, el hecho de ser un fenómeno cuyo crecimiento es relativamente incipiente, dificulta especialmente la obtención de estadísticas oficiales en base a las cuáles resulte posible aproximar adecuadamente su impacto económico. Por otro lado, la inexistencia de una metodología generalmente reconocida y aceptada para llevar a término dicha medición, sugiere la necesidad de extremar la precaución ante cualquier intento de emprender un análisis comparativo del sector bajo un enfoque global en base a las escasas fuentes estadísticas y estimaciones disponibles en la actualidad.

Con la finalidad de poder caracterizar la dimensión e importancia relativa de la economía colaborativa, seguiremos la definición recogida en el trabajo desarrollado por Vaughan y Daverio (2016) para la CE. Según estos autores "las organizaciones de economía colaborativa utilizan plataformas online para conectar grupos distribuidos de individuos y empresas y les permiten compartir el acceso a sus activos, recursos, tiempo y habilidades en una escala que antes no era posible" (p.32).

Por otro lado, con el propósito de superar la limitación relativa a la identificación de actividades que pueden considerarse parte integrante de la economía colaborativa, se ha optado por seleccionar cinco sectores que pueden considerarse más relevantes dentro de la economía colaborativa y que cumplen la condición de emplear en sus transacciones las ventajas vinculadas a las plataformas digitales:

Sector	Definición	Modelos y ejemplos ¹⁰
Alojamiento <i>Peer-to-peer accommodation</i>	Utilización de plataforma digitales de economía colaborativa que conectan a particulares (no profesionales) para el alquiler temporal, completo o parcial, de bienes inmuebles a cambio	-Plataformas de alquiler Peer-to-peer (<i>homesharing</i>): Airbnb, Homelidays. -Plataformas de intercambio de casas: LoveHomeSwap. -Plataformas online de alquiler de vacaciones HomeAway.

¹⁰ Un listado más extenso de ejemplos de startups de economía colaborativa puede consultarse en (Owyang, et al., 2013, p.17).

	o no de una contraprestación económica. También incluye el intercambio de casas entre particulares.	
Movilidad y transporte <i>Peer-to-peer transportation</i>	Actividades que permiten conectar a los usuarios a través de plataformas digitales para compartir viajes en distancias cortas y largas, vehículos o plazas de aparcamiento.	-Servicios de uso compartido de viajes de corta distancia basados en aplicaciones: Uber. -Servicios de viajes compartidos de larga distancia: Blablacar, Amovens o TerangaGO. -Redes de coche compartido: GetAround. -Plataformas que facilitan compartir plazas de aparcamiento: Parquo, WeSmartPark.
Servicios a domicilio y domésticos <i>On-demand household services</i>	Mercados online que permiten a los hogares acceder a servicios domésticos o de distribución.	-Redes de distribución de colaboración múltiple o redes de entrega generalizadas (UberRUSH) o servicios especializados de entrega bajo demanda (servicios de entrega de restaurantes como Deliveroo, o servicio de entrega de comestibles como Instacart). -Servicios domésticos bajo demanda: servicios generales de bricolaje (TaskRabbit) o servicios domésticos especializados (ZipJet).
Servicios profesionales <i>On-demand professional services</i>	Plataformas digitales que permiten a individuos y empresas localizar a profesionales independientes para el desarrollo de trabajos especializados.	-Grandes mercados de profesionales online: Upwork. -Plataformas de servicios profesionales especializados bajo demanda: HolterWatkin.
Finanzas <i>Collaborative finance</i>	Plataformas financieras colaborativas que permiten a individuos y empresas prestar y obtener préstamos entre sí en lugar de los intermediarios financieros tradicionales como los bancos.	-Plataformas de crowdfunding: Kickstarter (crowdfunding de recompensas), Goteo (crowdfunding de donación) o SyndicateRoom (equity crowdfunding). -Plataformas de préstamos: LendingClub (Peer-to-Peer) o FundingCircle (préstamos de inversor a Pyme).

Tabla. 2 Principales sectores de la economía colaborativa. Fuente: elaboración propia a partir de Vaughan y Daverio (2016) y Rodríguez Marín (2017).

4.1. Análisis del impacto económico de la economía colaborativa desde la perspectiva internacional.

La evolución de la inversión internacional vinculada con iniciativas propias del sector de la economía colaborativa refleja una clara progresión, cuya intensidad se observa especialmente pronunciada a partir del año 2013. Así, de acuerdo con los datos recogidos por la CNMC (2016), si en el periodo 2000-2015 la inversión mundial acumulada en el sector ascendió a 25.972 millones de dólares, casi el 90% de dicha inversión se concentró en el trienio 2013-2015, siendo la variación acumulada

en dicho periodo superior al 600% y alcanzando en el año 2015 un montante entorno a los 12.890 millones de dólares (véase figura 1).

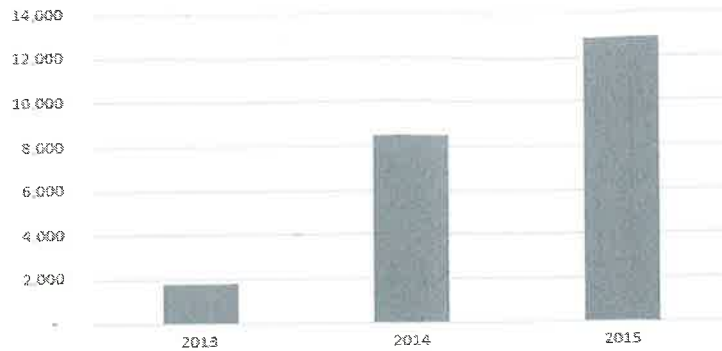


Figura 1. Evolución de la inversión anual en plataformas colaborativas (2013-2015). Millones de dólares. Fuente: elaboración propia a partir de CNMC (2016)

De acuerdo con las últimas proyecciones disponibles, el potencial de crecimiento de la economía colaborativa para los próximos años se va a caracterizar por un marcado carácter expansivo. La estimación sobre el volumen de ingresos publicada por (PWC, 2015) señala una variación acumulada en el periodo 2015-2025 superior a un 2133%, lo que significa que en una década el volumen de negocio de las actividades de economía colaborativa puede alcanzar los 335.000 millones de dólares (véase figura 2).

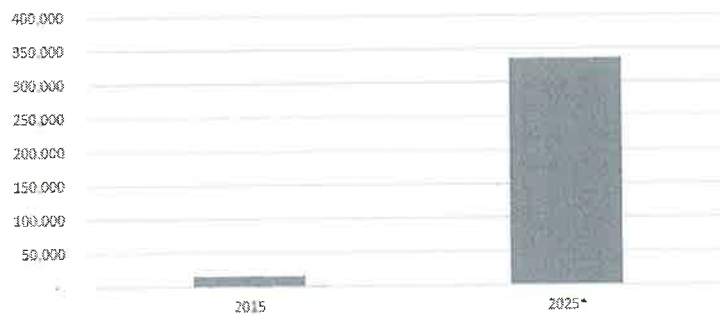


Figura 2. Ingresos globales en la economía colaborativa (2015 y 2025). Millones de dólares *Estimación. Fuente: elaboración propia a partir de (PWC, 2015)

El comportamiento de la economía colaborativa en Europa muestra una tendencia de fuerte crecimiento, aunque relativamente más moderado que el observado en otras regiones. Si se analiza el valor de las transacciones de las plataformas digitales vinculadas con actividades de economía colaborativa en Europa puede constatarse

como en el trienio 2013-2015 dicha magnitud experimentó un crecimiento superior al 175% hasta alcanzar una cifra cercana a los 28.000 millones de euros. Dicha senda expansiva se observa más acentuada al considerar los ingresos obtenidos por dichas plataformas, cuyo volumen experimentó un crecimiento próximo al 260% en el periodo 2013-2015, hasta lograr una cifra de ingresos próxima a los 4.000 millones de euros tal y como muestra la figura 3.

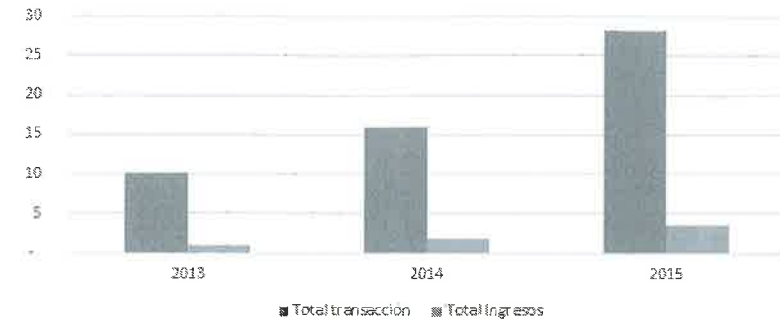


Figura 3. Valor de las transacciones e ingresos de las plataformas colaborativas en Europa (2013-2015). Millardos de euros. Fuente: elaboración propia a partir de Vaughan y Daverio (2016).

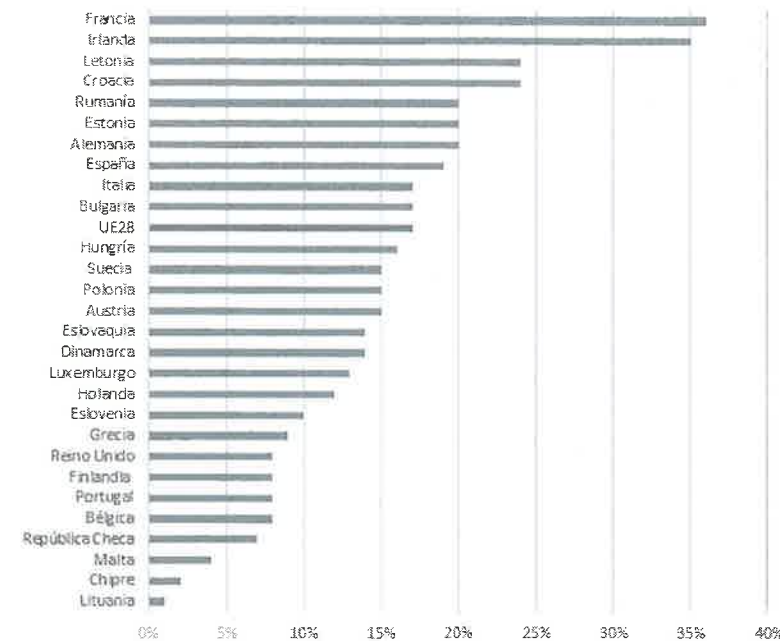


Figura 4. Uso de las plataformas colaborativas en Europa (2016). Porcentaje. Fuente: elaboración propia a partir de CE (2016).

La evidencia disponible señala la existencia de una participación de los ciudadanos europeos en la economía colaborativa que, si bien todavía se manifiesta relativamente exigua, presenta claros indicios de un rápido crecimiento. Así, de acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta elaborada por la CE (2016) sobre el uso que los consumidores europeos realizan de las plataformas colaborativas, puede observarse como, en promedio, el 17% de los encuestados manifiestan haber utilizado este tipo de plataformas. En particular, en países como Francia o Irlanda, dicha cifra se incrementa hasta alcanzar un tercio de los encuestados y en otros, como Alemania o España, dicho porcentaje se sitúa en torno al 20%. Por el contrario, un nutrido conjunto de países europeos encabezados por Lituania, Chipre y Malta presentan una participación que no alcanza al 10% de los encuestados (figura 4).

Finalmente, un indicador que señala la creciente popularidad de los modelos de economía colaborativa puede encontrarse en el número de plataformas digitales vinculadas a este sector que se han creado en los últimos años. Así, de acuerdo con Vaughan y Daverio (2016) en 2015 el número estimado de plataformas de economía colaborativa que se habían fundado en Europa ascendía a 275.

4.2. Análisis sectorial del impacto económico de la economía colaborativa.

Tal y como se apuntó anteriormente, una manera adecuada de aproximar la dimensión de la economía colaborativa y superar las limitaciones existentes en cuanto a su delimitación conceptual, consiste en analizar el impacto económico que generan los principales sectores de actividad vinculados a este fenómeno. Atendiendo a la clasificación sectorial ya expuesta y definidos los distintos sectores que serán objeto de estudio, a continuación, se presenta un análisis cuya finalidad persigue la estimación del tamaño de dichos sectores clave en la economía colaborativa en Europa a partir de la observación de distintos indicadores.

En términos generales y en base a las estadísticas disponibles (Vaughan y Daverio, 2016), el volumen de ingresos total alcanzado por las plataformas digitales de los principales sectores ascendió en 2015 en Europa a una cifra próxima a los 4.000 millones de euros y un volumen de transacciones cuyo valor se estimó en torno a 28.000 millones de euros.

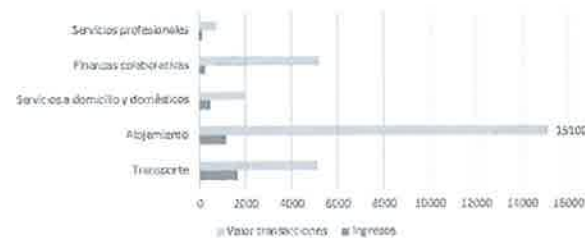


Figura 5. Ingresos por sectores de economía colaborativa en Europa (2015). Millones de euros. Fuente: elaboración propia a partir de Vaughan y Daverio (2016).

Del conjunto de sectores analizados destacan especialmente, por volumen de ingresos, el sector de la movilidad seguido de las plataformas vinculadas con las actividades de alojamiento. En concreto, ambos sectores concentran casi el 80% del total de los ingresos generados por las plataformas colaborativas. A continuación, y por orden de importancia, se sitúan los servicios a domicilio y domésticos, las finanzas colaborativas y los servicios profesionales.

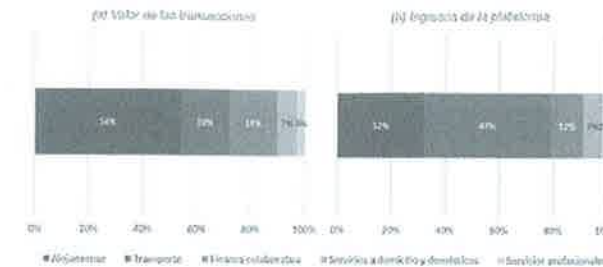


Figura 6. Distribución sectorial de los ingresos y del valor de las transacciones realizadas por las plataformas de economía colaborativa en Europa (2015). Porcentaje sobre el total. Fuente: elaboración propia a partir de Vaughan y Daverio (2016).

Si atendemos al valor del volumen de transacciones, el sector de actividad que sobresale, especialmente, con mayor dimensión es el alojamiento, al facilitar 15.100 millones de euros en transacciones y, en consecuencia, absorber más de la mitad del valor total del conjunto de transacciones realizadas en el año 2015. Con un posicionamiento más residual, le siguen en orden de importancia, los sectores de transporte y finanzas colaborativas, con un porcentaje conjunto próximo al 40%, y el 10% restante se reparte entre el resto de sectores, tal y como se aprecia en la figura 6.

Si analizamos el volumen de inversión mundial en plataformas digitales vinculadas a la economía colaborativa, adoptando para ello un enfoque sectorial, puede constatarse como el sector que recibió mayores flujos de inversión en el periodo 2000-2015 fue, de manera sobresaliente, el sector del transporte. En concreto, en dicho periodo absorbió el 62% del total de la inversión, convirtiéndose en uno de los sectores clave de la economía colaborativa con mayor desarrollo en los últimos años. A continuación, con un porcentaje más discreto, las plataformas vinculadas con las actividades de alojamiento recibieron un volumen de inversión del 18% sobre el total. Solamente en estos dos sectores, se concentró el 80% de la inversión mundial en plataformas de economía colaborativa. El 20% restante se distribuye de manera prácticamente equitativa entre los sectores de financiación, servicios y productos, tal y como puede apreciarse en la figura 7.

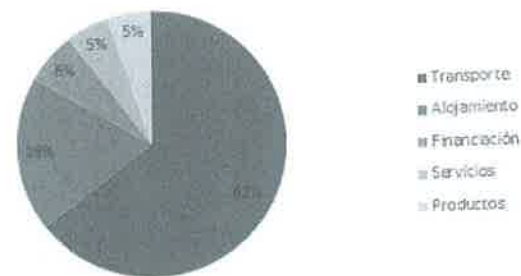


Figura 7. Distribución porcentual de la inversión mundial en plataformas colaborativas por sectores (2000-2015). Porcentaje sobre el total. Fuente: elaboración propia a partir de CNMC (2016).

Otra variable relevante que permite determinar la importancia y dimensión de los distintos sectores de actividad, es la distribución del número de usuarios de plataformas colaborativas entre los distintos sectores (ver figura 8). De acuerdo con los últimos datos disponibles del año 2014, el sector que despunta frente al resto por número de usuarios son las plataformas vinculadas con el transporte de personas al concentrar al 33% del total de usuarios de plataformas colaborativas. A continuación, con una importancia menor se encuentra los alojamientos (15%), el transporte de mercancías (11%) y la financiación (11%).

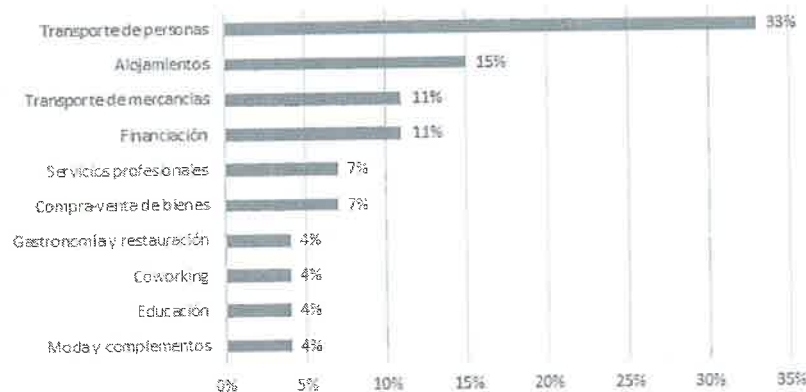


Figura 8. Distribución sectorial de los usuarios de plataformas colaborativas a nivel mundial (2014). Porcentaje sobre el total. Fuente: elaboración propia a partir de Statista (2019).

5. Conclusiones

Con este capítulo se ha perseguido contribuir a la comprensión de la economía colaborativa, como fenómeno emergente e innovador llamado a transformar las formas y estructuras de organización económica y social actuales.

La confluencia de un conjunto de factores tecnológicos, económicos y socioculturales, ha estimulado el crecimiento de la economía colaborativa y ha propiciado la participación de un número cada vez mayor de en este modelo económico caracterizado por su carácter global y transversal. A su vez, se ha constatado que el desarrollo de las tecnologías digitales y la creación de mecanismos de verificación y reputación, han contribuido a la reducción de los costes de transacción y a la creación de un entorno más seguro y fiable que resulta particularmente eficiente a la hora de conectar la oferta y la demanda, lo que ha propiciado el crecimiento significativo de las relaciones de intercambio entre desconocidos. Este auge reciente de la economía colaborativa puede explicarse también por la persistencia de un escenario económico desfavorable, caracterizado por elevadas tasas de desempleo, la reducción de poder adquisitivo y la contracción del crédito, que ha obligado a los consumidores a buscar vías alternativas para el ahorro y la obtención de ingresos adicionales. Igualmente, la creciente sensibilización social hacia modelos económicos más sostenibles está favoreciendo un cambio en el patrón de consumo de los individuos, donde prevalece el acceso a los servicios sobre la propiedad de los activos.

Si bien en la actualidad no existe una definición ampliamente aceptada sobre la economía colaborativa, debido a la complejidad, amplitud y novedad que entraña el fenómeno, existe un conjunto de elementos característicos fácilmente observables en la mayor parte de las definiciones ofrecidas. El intercambio de activos infrutilizados, la diversidad de intervinientes y de relaciones posibles, el uso de plataformas digitales o el aprovechamiento de externalidades de red, son algunos ejemplos. Por otro lado, dentro de la economía colaborativa se observa la existencia de un conjunto diverso de formas que, aunque comparten estas características principales, presentan algún rasgo distintivo que permite categorizar cuatro modalidades distintas: economía bajo demanda, economía de acceso, economía colaborativa propiamente dicha y economía en común.

Finalmente, y a pesar de la dificultad que entraña la cuantificación y alcance de la economía colaborativa, se ha desarrollado un análisis de su impacto económico, de cuyos resultados se pueden extraer las siguientes conclusiones: i) a nivel mundial se constata un crecimiento vigoroso de la economía colaborativa que se manifiesta especialmente pronunciado en los últimos años; ii) el comportamiento observado en Europa mantiene una tendencia de fuerte crecimiento aunque más moderada que la observada en otras regiones; iii) el transporte y el alojamiento son los sectores de actividad que acaparan el mayor volumen de transacciones e ingresos, concentrando más del 80% de la inversión mundial en plataformas colaborativas y casi al 60% del total de usuarios siendo, por lo tanto, los sectores económicos con mayor penetración de la economía colaborativa.

Referencias

- Alfonso Sánchez, R. (2016). Economía colaborativa: un nuevo mercado para la economía social. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 230-258.
- Belk, R. (2007). Why Not Share Rather than Own? *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 126-140. doi: 10.1177/0002716206298483
- Beltran i Cangròs, A. (2018). *Plataformas de economía colaborativa: una mirada global*. OSTELEA. Recuperado de http://www.aept.org/archivos/documentos/ostelea_informe_economia_colaborativa.pdf
- Benkler, Y. (2004). Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing as a Modality of Economic Production. *The Yale Law Journal*, 114, 273-358. doi: 10.2307/4135731
- Botsman, R. (21 de noviembre de 2013). Recuperado el 24 de enero de 2019, de Fastcompany: <https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition>
- Botsman, R. (3 de Enero de 2019). *The Sharing Economy: Dictionary of Commonly Used Terms*. Recuperado de <https://rachelbotsman.com/blog/the-sharing-economy-dictionary-of-commonly-used-terms/>
- Botsman, R., y Rogers, R. (2010). *What's Mine Is Yours: How Collaborative Consumption is Changing the Way We*. New York: Harper Collins.
- Buckland, H., Val, E., y Murillo, D. (2016). *We share. Who wins?: Unravelling the controversies*. Barcelona: ESADE.
- Cañigueral, A. (2014). *Vivir mejor con menos. Descubre las ventajas de la nueva economía colaborativa*. Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial.
- Cheng, M. (2016). Sharing economy: A review and agenda for future research. *International Journal of Hospitality Management*, 57, 60-70. doi: 10.1016/j.ijhm.2016.06.003
- Comisión Europea (CE). (2 de junio de 2016). *Una Agenda Europea para la economía colaborativa COM(2016) 356 final*. Bruselas: Comisión Europea.
- Comisión Europea (CE). (2016). *The use of collaborative platforms*. Unión Europea. doi:10.2873/598782
- Comisión Europea. (28 de octubre de 2015). Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. *Mejorar el mercado único: más oportunidades para los ciudadanos y las empresas COM(2015) 550 final*. Bruselas: Comisión Europea.
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). (2016). *Estudio sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa*. Madrid: CNMC.
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. (2014). *Efectos de los nuevos modelos económicos sobre el mercado y la regulación*. Madrid: CNMC. Departamento de Promoción de la Competencia; Subdirección de Estudios e Informes.
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. (2016). *Estudio sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa*. Madrid: CNMC.
- Comité de las Regiones Europeo (CRE). (10 de febrero de 2016). Dictamen del Comité de las Regiones Europeo — La dimensión local y regional de la economía colaborativa. (C51), 28-33. Diario Oficial de la Unión Europea.
- Durán Sánchez, A., Álvarez García, A., Del Río-Rama, M., y Maldonado-Erzo, C. P. (2016). Economía colaborativa: análisis de la producción científica en revistas académicas. *Revista de Gestão e Secretariado -GeSec, São Paulo*, 7(3), 1-20.
- Edelman, B. G., y Geradin, D. (2015). Efficiencies and Regulatory Shortcuts: How Should We Regulate Companies like Airbnb and Uber? *Stanford Technology Law Review*, 19, 293-328.
- Felson, M., y Spaeth, J. L. (1978). Community Structure and Collaborative Consumption A Routine Activity Approach. *The American Behavioral Scientist*, 21(4), 614-624. doi: 10.1177/000276427802100411
- Frenken, K., y Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 3-10. doi: 10.1016/j.eist.2017.01.003
- Gómez-Álvarez Díaz, R., y Morales Sánchez, R. (2018). Principios ontológicos de la economía colaborativa verdadera. En R. Gómez-Álvarez Díaz, D. Patiño Rodríguez, y J. J. Plaza Angulo, *Economía colaborativa...¿de verdad?* (p.s. 15-41). Murcia: Ediciones Laborium.
- Goudin, P. (2016). *The Cost of NonEurope in the Sharing Economy. Economic, Social and Legal Challenges and Opportunities*. Bruselas: European Parliamentary Research Service. doi:10.2861/26238
- Hamari, J., Sjöklint, M., y Ukkonen, A. (2015). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), 2047-2059.
- Huurne, M., Ronteltap, A., Corten, R., y Buskens, V. (2017). Antecedents of trust in the. *Journal of Consumer Behaviour*(16), 485-498. doi: 10.1002/cb.1667
- Jorge Vázquez, J., Chivite Cebolla, M. P., y Salinas Ramos, F. (2019). La transformación digital en el sector cooperativo agroalimentario español:

- situación y perspectivas. *CIRIEC España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 95, 39-70. doi: 10.7203/CIRIEC-E.95.13002.
- Lessig, L. (2008). *Remix: Making art and commerce thrive in the hybrid economy*. New York: Penguin.
- Martin, C. J. (2016). The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form. *Ecological Economics*(121), 149-159. doi: 10.1016/j.ecolecon.2015.11.027
- Maselli, I., Lenaerts, K., y Beblavý, M. (2016). Five things we need to know about the on-demand economy. *CEPS Essay*, 21, 1-10.
- Matofska, B. (2016). Recuperado de <http://www.thepeoplewhoshare.com/blog/what-is-the-sharing-economy/>
- Matofska, B. (2016). Recuperado de <http://www.thepeoplewhoshare.com/blog/what-is-the-sharing-economy/>
- Matofska, B. (2019). Recuperado de <http://www.thepeoplewhoshare.com/blog/what-is-the-sharing-economy/>
- Owyang, J., Tran, C., y Silva, C. (2013). *The collaborative economy*. San Mateo, CA: Altimeter.
- Parlamento Europeo (PE). (20 de octubre de 2017b). Resolución del Parlamento Europeo, de 29 de octubre de 2015, sobre nuevos desafíos y estrategias para promover. (C355), 71-85. Diario Oficial de la Unión Europea.
- Parlamento Europeo. (22 de septiembre de 2017a). Resolución del Parlamento Europeo, de 9 de septiembre de 2015, sobre la aplicación del Libro Blanco de 2011. (C316), 155-172. Diario Oficial de la Unión Europea.
- Parlamento Europeo. (20 de octubre de 2017b). Resolución del Parlamento Europeo, de 29 de octubre de 2015, sobre nuevos desafíos y estrategias para promover. (C355), 71-85. Diario Oficial de la Unión Europea.
- PWC. (2015). *The Sharing Economy*. Consumer Intelligence Series.
- Rifkin, J. (2000). *The Age of Access: The New Culture of HyperCapitalism Where All of Life Is A Paid-For*. New York City: Teacher.
- Rodríguez Marín, S. (2017). *Los modelos colaborativos y bajo demanda en plataformas digitales*. Madrid: Sharing España y Asociación Española de la Economía Digital.
- Schor, J. (2014). *Great Transition Initiative*. Recuperado el febrero de 2019, de <https://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>
- Schor, J. (2014). *Great Transition Initiative*. Recuperado de <https://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>
- Schor, J. B., y Fitzmaurice, C. J. (2014). *Collaborating and Connecting: The emergence of the sharing economy*. Nueva York: Edward Elgar Publishing.

- Stokes, K., Clarence, E., Anderson, L., y Rinne, A. (2014). *Making Sense of the UK Collaborative Economy*. London: Nesta. Recuperado de https://collaborativeeconomy.com/wp/wpcontent/uploads/2015/04/making_sense_of_the_uk_collaborative_economy_14.pdf
- Sutherland, W., y Jarrahi, M. H. (2018). The sharing economy and digital platforms: A review and research agenda. *International Journal of Information Management*, 43, 328-341. doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2018.07.004
- Vaughan, R., y Daverio, R. (2016). *Assessing the size and presence of the collaborative economy in Europe*. Bruselas: European Commission.
- Woskow, D. (2014). *Unlocking the sharing economy: An independent review*. Londres: Department for Business, Innovation and Skills.
- Zale, K. (2016). Sharing Property. *University of Colorado Law Review*, 87, 502-579.

II

LA SITUACION DE LA ESPAÑA ACTUAL A LA ECONOMIA COLABORATIVA A TRAVES DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES DE VEHICULOS CON CONDUCTOR

Francisco Isaac Pérez de Pablo

1. La economía colaborativa y el negocio colaborativo

El concepto de 'economía colaborativa'-*collaborative economy*-(consumo colaborativo, economía circular etc), que en los últimos años se ha introducido en el modelo económico y social de convivencia – con más o menos proliferación según los países, su cultura, su tradición y su acceso tecnológico- viene siendo definido según la Comisión europea en su Comunicación al Parlamento europeo, al Consejo, al Comité económico y social europeo y al Comité de las regiones, como *Una Agenda Europea para la economía colaborativa*¹¹ en la que afirma que se trata de un *modelo de negocio en el que se facilitan determinadas actividades través de plataformas colaborativas que crean un mercado abierto para el uso temporal de mercancías o servicios ofrecidos a menudo por particulares.*

Uno de los elementos principales es la participación activa de los ciudadanos que con su actuar libremente – libertad de circulación, libre intercambio de bienes y servicios- sin duda influyen en las normas del mercado en definitiva en los aspectos negociales y en el propio tráfico mercantil. En definitiva una libertad de prestación de servicios- Directiva de servicios¹²- del que también son parte no solo el ciudadano como mero consumidor – normas de protección de los consumidores¹³- , sino que también van a ser adquirentes del producto o servicio final antes privados como pueden ser las sociedades mercantiles y las propias administraciones públicas. Con carácter esencial las plataformas de economía colaborativa únicamente prestan un servicio electrónico de intermediación que tiene la naturaleza jurídica de servicio de la sociedad de la información.

Aquí en España la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) en su Informe de Conclusiones preliminares sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa (Resultados preliminares E/CNMC/004/15, marzo de 2016) emplea el término 'economía colaborativa' para referirse a un modelo económico que se basa en el *intercambio entre particulares de*

¹¹ Bruselas, 2 de junio de 2016. COM (2016) 356 final. SWD (2016) 184 final),

¹² Directiva 2006/123/CE, de Servicios

¹³ En España RDL 1/2007, de Defensa de los Consumidores y Usuarios

bienes y servicios, que permanecían ociosos o infrutilizados, a cambio de una compensación pactada entre las partes (...).

La "plataformización" de la economía es una tendencia que está creciendo rápidamente y de forma exponencial. Es un pilar central de la economía digital, y todo apunta a que será "el modelo" imperante en la economía de este siglo. No podemos obviar una pregunta que está en la esencia de los agentes implicados, bien de manera directa o indirecta, ¿suponen o no una mejora? La respuesta no es, ni puede ser unidireccional, sino que depende de numerosos factores y será desigual dependiendo de cada sector de actividad en que se produzca.

En el ámbito del transporte de personas (hasta ahora no han surgido una demanda, ni una oferta considerable en el ámbito del transporte de mercancías), es donde y desde hace algunos años ha comenzado a proliferar este tipo de plataformas colaborativas¹⁴ (sin duda en España ello ha sido debido a la crisis económica surgida a partir del año 2008), que hoy son algo habitual en el escenario de movilidad de las personas y que a pesar de numerosos esfuerzos por parte de los sectores más tradicionales de este modelo de negocio se puede afirmar que el modelo plataforma ha llegado para quedarse y no va a ser nada temporal.

En la economía colaborativa el valor se genera por los proveedores y/o usuarios de las plataformas, quienes, pese a ello, no se ven recompensados. Ese valor queda en manos de las plataformas que, por lo general, son titularidad y están gestionadas por sociedades de capital, de modo que el valor generado por los proveedores y/o usuarios pasa a convertirse en beneficio para los socios. La pregunta es obvia ¿Es posible que los conductores interesados en prestar sus servicios de coche con conductor creen una plataforma constituyendo una cooperativa de transporte de trabajo asociado?

La respuesta sería afirmativa, si bien en el fondo la cuestión central es la plataforma o lo que es lo mismo el uso de una tecnología digital. Es aquí donde se establecen dos diferencias por un lado lo que es propiamente el negocio centrado en la plataforma y de otro lado la gestión de la propia cooperativa que aún con las diferencias normativas existentes, caso de España, al final es una gestión marcadamente de sociedad mercantil y de entre éstas como entidades de capital.

Junto a la pregunta anterior cabe igualmente preguntarse si estamos ante una verdadera economía colaborativa o más bien ante un negocio colaborativo. Lo

¹⁴ El Tribunal de Justicia UE (as. C-434/15, *Asociación Profesional Élite Taxi/Uber Systems Spain S.L.*) ha precisado que la empresa Uber, que se sirve de licencias VTC, es una empresa de transporte y no una plataforma digital, por lo que las autoridades nacionales pueden exigirle licencias como las que se requieren a los profesionales del taxi; en suma, un servicio de transporte de esta índole está excluido del ámbito de aplicación de la libre prestación de servicios en general, así como del ámbito de aplicación de la directiva relativa a los servicios en el mercado interior y del de la directiva sobre el comercio electrónico. Según *Publica Erupoa Press* – 26 de Abril de 2019- Uber saldrá a Bolsa a un precio de entre 44 y 50 dólares para cada uno de los 180 millones de acciones que colocará en su inminente debut en la Bolsa de Nueva York.

esencial en este modelo económico no es tanto la existencia de proveedores de servicios y usuarios – necesarios, pues sin los mismos no hay actividad- sino la plataforma que es a la postre el instrumento necesario para desarrollar el negocio. Y precisamente la plataforma es parte esencial de la diferencia entre plataformas cooperativas y capitalistas o mejor dicho sociedades capitalistas (En España Sociedades Anónimas y Limitadas entre otras).

Conforme establece la normativa vigente española la diferente titularidad de la empresa es lo que nos hará que podamos acercarnos al concepto colaborativo más a uno que a otro modelo. Hablaremos con mayor propiedad de economía colaborativa cuando esa titularidad de la empresa este en manos de los propios proveedores del servicio, mientras que no será tal economía colaborativa cuando la misma no solo no pertenezca a los proveedores del servicio, sino que la titularidad de la empresa pertenezca a otros terceros – socios- que además no sean prestadores de servicios o trabajos para la propia sociedad.

En toda cooperativa los socios tienen sus propias necesidades que satisfacer (en el caso del transporte de personas los socios generan su propio empleo y aportan su propio bien - vehículo-), mientras que en una sociedad de capital los mismos proveedores son trabajadores por cuenta ajena de la empresa (titular de la plataforma e incluso puede que también de los vehículos), o trabajadores por cuenta propia, si bien en este caso la propia jurisprudencia y doctrina de los tribunales sociales no los considera como verdaderos autónomos¹⁵ (Deliveroo) sino falsos autónomos.

El valor del negocio – en el caso del alquiler de vehículos con conductor para transporte de personas-, en una sociedad de capital lo generan los usuarios principalmente y en menor medida los proveedores de los servicios. Por el contrario en una cooperativa de trabajo asociado ese valor lo generan primero los propios socios-cooperativistas quienes van a ver recompensado su esfuerzo en función de los beneficios que de la cooperativa a lo que se les puede sumar los beneficios vía usuarios de la misma. Estaríamos por tanto ante una verdadera economía colaborativa cuando con la filosofía del cooperativismo se presente el servicio y no tanto cuando el mismo servicio esté bajo el paraguas jurídico de una sociedad de capital propiamente dicha.

Hasta ahora la idea del negocio, su gestión y desarrollo ha ido por los cauces de la I + D o lo que es lo mismo no por la necesidad de generarse un propio empleo característica principal de toda cooperativa de trabajo asociado, que conforme al art. 80 de la Ley 27/99 de 16 de Julio de Cooperativas : “ Son cooperativas de trabajo asociado las que tienen por objeto proporcionar a sus socios puestos de trabajo, mediante su esfuerzo personal y directo, a tiempo parcial o completo, a través de la organización en común de la producción de bienes o servicios para terceros. También podrán contar con socios colaboradores”. Añade en el segundo párrafo que la relación de los socios trabajadores con la cooperativa es societaria.

¹⁵S. Juzgado Social nº 6 Valencia s. 1 de Junio de 2018 (caso de repartidores de comida en bicicleta)

Ese carácter más innovador de la idea de negocio es lo que ha derivado en que sean sociedades de capital las que sustentan bajo su estructura jurídica una economía negocial (los fundadores de estas empresas no necesitan la plataforma creada para satisfacer sus necesidades socioeconómicas comunes, simplemente han creado un producto) y no tanto una economía colaborativa.

2. La Situación en España.

Las instituciones comunitarias han mostrado favorables a la economía de plataformas (en menor medida cada País, pues está provocando enfrentamiento y alteraciones con otros sectores económicos establecidos y que podíamos denominar tradicionales). La libertad de mercado y de establecimiento (libertad de empresa) y libertad de servicios¹⁶ está propiciando este nuevo formato negocial si bien condicionado a los límites queda también condicionada a legales (y constitucionales) exigidos para proteger los intereses y derechos de terceros afectados. Terceros donde hemos de incluir tanto a los propios proveedores de los servicios – los conductores-, como a los propios consumidores.

Desde la irrupción en España de este modelo, el transporte de personas mediante vehículo con conductor, ha generado primero dudas y más tarde enfrentamientos. Ha sido precisamente a finales del mes de Enero de 2019 cuando se ha producido un punto de inflexión en este tema, que puede permitir afirmar que habrá un antes y un después en este sector.

Echando la vista atrás tanto el poder legislativo, como el poder judicial a través de la jurisprudencia de los órganos judicial, como el poder ejecutivo no han abordado con plena seguridad jurídica este fenómeno económico y de relaciones sociales. Además la configuración territorial de España es una amenaza para esa seguridad jurídica y de mercado que ha estallado en el sector del transporte de personas, pero que ya aparece en otros sectores como en la vivienda y en otros ámbitos de actividad pues el intercambio de bienes y servicios es más rápido que el legislador y en España hay múltiples legisladores lo que dificulta esa seguridad jurídica.

La naturaleza jurídica de la relación con los usuarios y donde se integra la plataforma digital – esencial para el negocio- es el denominado arrendamiento de vehículos con conductor. Obligación de resultado que asume el prestador del servicio que es contactado mediante dicha plataforma y a través de la cual se consume y perfecciona el contrato de transporte objeto del arrendamiento, lógicamente a cambio de un precio. El debate que se ha suscitado en estos meses del año 2019 y que incluso ha intentado introducirse en la campaña electoral (el líder de la formación unidas- podemos llegar al segundo debate electoral en taxi) no es tanto VTC versus taxi, sino

¹⁶Ley Omnibus ley española 25/2009, de 22 de diciembre de 2009 para adaptar la Directiva 2006/123/CE, - Directiva Bolkestein o Directiva de Servicios -

qué modelo colaborativo y de plataformas digitales y cómo llevar a cabo la transición hacia la economía de plataforma de este sector.¹⁷

Regresando a España la digitalización de servicios a través de plataforma como decíamos al principio plantea un reto o desafío en la disputa por el transporte público urbano de viajeros y más en concreto acabar con el monopolio del taxi. La cuestión estriba en la diferencia entre transporte público y el renacido arrendamiento de vehículos con conductor. Y es aquí donde ha surgido la pugna en España – no olvidemos los principios de libertad de empresa y de establecimiento-, con acusaciones de competencia desleal y de economía sumergida. Lo cierto es que las plataformas colaborativas en este ámbito están haciendo mudar y cambiar con rapidez a los diversos prestadores de estos servicios.

Hoy en España para la prestación de servicios de arrendamiento de vehículos con conductor es necesario disponer del correspondiente título habilitante. Así lo estableció el art. 180.2 del ROTT (RD 1211/90 Reglamento de la Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres), cuyo texto ha tenido dos redacciones desde su promulgación:

- Redacción texto original 08/10/90 “2. Para la realización de la actividad de arrendamiento con conductor será precisa la obtención, para cada vehículo que se pretenda dedicar a lamisma, de una autorización expedida por el mismo órgano competente para el otorgamiento de las autorizaciones de transporte discrecional interurbano en el territorio de que trate, previo informe favorable del correspondiente Ayuntamiento, que habilite al efecto.”
- Modificación 15/11/2006 “2. Para la realización de la actividad de arrendamiento con conductor será precisa la obtención, para cada vehículo que se pretenda dedicar a la misma, de la correspondiente autorización administrativa que habilite al efecto.

El legislador hasta la modificación en el año 2006, tenía delegada la autorización en las Corporaciones Locales y es a partir de la modificación reseñada cuando dicha competencia ya no es exclusiva de los Ayuntamientos, sino de otras Administraciones y en concreto las Comunidades Autónomas. Diferentes niveles administrativos con competencia sobre una actividad económica general lo que ya anticipamos produce disfunciones en el ejercicio de la actividad y repercute negativamente en el consumidor.

En ese régimen de autorizaciones (arts. 181 y 182 ROTT y la Orden FOM/36/2008), es clave no el Estado (el Gobierno Central es competente cuando el

¹⁷ Grandes grupos automovilísticos como Mercedes y BMW anunciaron en febrero de 2019 una alianza para poner en marcha – a través de cinco sociedades- negocios de servicios multimodales para recarga de baterías (ChargeNow), estacionamiento (Park Now), carsharin (ShreNovw) y Free Now para contratar taxis. 60 millones de clientes donde en los próximos años veremos como de meros fabricantes y vendedores de vehículos pasan a convertirse en proveedores de servicios de movilidad en sus múltiples variantes.“ El País .como/economía 22 de Febrero de 2019”

transporte discurre por más de una CCAA), sino las Comunidades Autónomas en cuanto a la concesión de la correspondiente autorización de transporte urbano e interurbano.

El punto crítico en este escenario (transporte público versus transporte privado) llegó con el Real Decreto-ley 3/2018, de 20 de abril, que modificó la Ley 16/1987, de Ordenación de los Transportes Terrestres (LOTT). Dicha reforma tenía por objeto garantizar el adecuado equilibrio entre la oferta de servicios en esa modalidad de transporte y la que representan los taxis, amparados en las correspondientes licencias municipales y, en su caso, autorizaciones de transporte de viajeros en vehículos de turismo.

El RD-Ley 3/2018 elevó a rango legal (para todo el territorio nacional) la posibilidad de establecer una proporción máxima de una autorización de vehículos de turismo con conductor (VTC) por cada treinta taxis en cada CCAA (el denominado ratio 1/30 que el T.S. vino rompiendo en numerosas resoluciones a partir del año 2017¹⁸). Esta proporción que data de 1998 y que se ha venido manteniendo por la Administración – sin justificación de cifras-sin embargo la consideró ajustada a derecho la sentencia del TS de 4 de Junio de 2018¹⁹) Igualmente regulo la regla de territorialidad o habitualidad, en virtud de la cual el 80% de los servicios de VTC deben prestarse en la Comunidad Autónoma donde se encuentre domiciliada la autorización (regla 80/20%).

El T.S. en la sentencia reseñada en el párrafo anterior aceptó la restricción de que el 80 por ciento de los servicios de VTC deban desarrollarse en el ámbito territorial de la comunidad autónoma donde está domiciliada su autorización. Señala la Sala que esta limitación tiene la finalidad de evitar que la utilización de las autorizaciones de VTC en localidades de otras comunidades autónomas se convierta en una forma fraudulenta de incumplir la regla de la proporcionalidad. Pero va más allá el Tribunal al afirmar que en dicho asunto ni la Administración ni la CNMC (*pedía la nulidad de tres preceptos del Real Decreto 1057/2015 de 20 de noviembre que vino a modificar el Rotal considerar que colocaba barreras que limitan la entrada y la capacidad de competir de los*) habían justificado las razones de proporción elegidas en el caso del Gobierno o de la que sería adecuada por parte de los recurrentes.

Continuando con dicha sentencia, la misma estimó parcialmente otro de los puntos conflictivos como es la exigencia normativa de contar con una flota mínima de vehículos. En este punto la Sala estima de forma parcial el recurso de la CNMC, de Uber y de Unauto y anula la exigencia de una flota mínima de siete vehículos.El Tribunal determina que la previsión legal no obliga a tener una flotamínima de vehículos destinados al ejercicio de la actividad de VTC, Simplemente obliga a disponer de uno o más vehículos en las condiciones reglamentarias que se determinen, esto es a disponer al menos de algún vehículo destinado a la actividad para la que se solicita autorización .

¹⁸ STS 1711/201 y 1713/2017, entre otras.

¹⁹Dirime el enfrentamiento que existe entre las nuevas plataformas para contratar vehículos a motor para transporte de pasajeros como son Uber, Unauto y Maxi MobilitySpain y el gremio del Taxi, en virtud del recurso planeado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

La Sala concluye diciendo que esta limitación excluye a pequeños empresarios del ejercicio de la misma y que carece, sin embargo de una razón de interés general o de necesidad que la justifique.

La problemática estaba servida y ello con total olvido a mí entender de la exigible y necesaria unidad de mercado²⁰. Esta Ley proclama en su exposición de motivos garantizar esa unidad de mercado: "Esta Ley busca establecer los principios y normas básicas que, con pleno respeto a las competencias de las Comunidades Autónomas y de las Entidades Locales, garanticen la unidad de mercado para crear un entorno mucho más favorable a la competencia y a la inversión, facilitando que los agentes económicos puedan beneficiarse de las ganancias de una mayor dimensión en términos de productividad y costes, en favor de la creación de empleo y de crecimiento, y en beneficio último de los consumidores y usuarios que tendrán un mayor acceso a productos y servicios de calidad. Todas las Administraciones Públicas observarán los principios recogidos en esta Ley, en todos sus actos y disposiciones y para todas las actividades económicas, y especialmente en aquellas actividades que, bien por su carácter estratégico (telecomunicaciones, energía, transportes) bien por su potencial para la dinamización y el crecimiento económico (distribución comercial, turismo, construcción, industrias creativas y culturales, alimentación, sector inmobiliario, infraestructuras) resultan de especial relevancia para la economía.

El Capítulo II de dicha Ley de Unidad de Mercado establece los «Principios de garantía de la libertad de establecimiento y la libertad de circulación». En los art. 3 a 9 del citado Capítulo II desarrolla los principios generales necesarios para garantizar esa unidad de mercado. En concreto el principio de no discriminación, el principio de cooperación y confianza mutua, el principio de necesidad y proporcionalidad de las actuaciones de las autoridades competentes, el principio de eficacia de las mismas en todo el territorio nacional, el principio de simplificación de cargas, el principio de transparencia y la garantía de las libertades de los operadores económicos en aplicación de estos principios.

En el art. 5 se establece una especial y concreta motivación si se pusieran límites de acceso a una actividad económica o a su ejercicio y además cualquier límite o requisito debería ser proporcionado a la razón del interés general.

El terremoto judicial y administrativo estaba servido y ejemplo de ello fueron las múltiples reclamaciones anteriores a la Ley 9/2013²¹ (en concreto en la redacción del art. 48- efectividad de las limitaciones y restricciones), y así entre normativa

²⁰Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de garantía de la unidad de mercado. "La unidad de mercado constituye un principio económico esencial para el funcionamiento competitivo de la economía española. El principio de unidad de mercado tiene su reflejo en el artículo 139 de la Constitución que expresamente impide adoptar medidas que directa o indirectamente obstaculicen la libertad de circulación y establecimiento de las personas y la libre circulación de bienes en todo el territorio español".

²¹Ley 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.

dispar y resoluciones judiciales se llegó al año 2018 donde se inicia una segunda etapa que llega a su punto más álgido en el final de ese año y en los primeros meses de 2019 (huelga de 16 días del sector del taxi que arrancó a finales de enero).

A la ineficacia del RD-Ley 3/2018 (BOE de 21 de Abril) en cuanto a las medidas que acogía y que se justificaron posteriormente el RD-Ley 13/2018 se encontraban los indeterminados problemas de movilidad, cogestión de tráfico y medioambientales principalmente en las principales ciudades y grandes urbes por un supuesto incremento de tráfico. A dicha normativa le siguió la Sentencia de 4 de Junio de 2018, antes indicada que declaró estas restricciones ajustadas a los principios de necesidad y proporcionalidad (fundamentos de derecho séptimo y octavo).

En virtud de la normativa existente y del pronunciamiento del Alto Tribunal Español y viendo en recrudecimiento del conflicto (taxi-plataformas de transporte) el legislador decidió utilizando nuevamente la vía de urgencia aprobar el Real Decreto-ley 13/2018, de 28 de septiembre, por el que se modifica de nuevo la LOTT. Este RD-Ley 13/2018 se convalidó el 25 de octubre de 2018 por el Congreso de los Diputados, acordándose su tramitación como proyecto de Ley por el procedimiento de urgencia, de forma que podrían introducirse modificaciones en su contenido.

El citado Real Decreto modificó el régimen jurídico del arrendamiento de vehículos con conductor²² persiguiendo un efecto a mi entender contrario a la libertad económica del Reino de España pues su principal efecto es restringir el ámbito de prestación de las autorizaciones VTC. El nuevo texto²³ se centra en el art. 91 de la Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres. Su objetivo – en plena lucha social y mediática entre operadores del sector- era y es garantizar el adecuado equilibrio entre la oferta de servicios en esa modalidad de transporte y la que representan los taxis, amparados en las correspondientes licencias municipales y, en su caso, autorizaciones de transporte de viajeros en vehículos de turismo.

La modificación del citado art. 91 ha determinado que la autorización de arrendamiento de vehículos con conductor de ámbito nacional habilita, exclusivamente, para realizar servicios de carácter interurbano, en vez de nacional y también obliga a que el servicio se inicie – recogida de viajeros- en el territorio de la CCAA donde esté domiciliada la autorización VTC bajo dos excepciones o condiciones:

-para el caso de recogida de pasajeros en puertos y aeropuertos situados en una Comunidad Autónoma distinta de la del domicilio de la autorización.

-para atender un aumento coyuntural de la demanda en un determinado territorio con carácter temporal

²²consta de un artículo, cuatro Disposiciones Adicionales y una Disposición Transitoria.

²³Informe de la CNMC PRO /CNMC/003/18 sobre el RD-Ley 13/2018 de fecha 17 de Enero de 2019.

El RD-Ley 13/2018 además permitió, y aquí radica gran parte del problema actual, que fueran los órganos que ostenten competencias en materia de transporte urbano los que, en el ejercicio de éstas, determinen las condiciones en las que podrán ser autorizados y prestados los servicios de transporte de viajeros íntegramente desarrollados en su ámbito territorial, incluidos los que se realizan en la modalidad de arrendamiento de vehículos con conductor.

La solución o mejor dicho la no solución si partimos del principio del interés general fue estimar que han de ser las Comunidades Autónomas (CCAA), como Administraciones las competentes para autorizar la prestación de estos servicios teniendo en cuenta las concretas circunstancias del transporte y movilidad en su ámbito territorial. El legislador nacional justifica ello ya que entiendo que pueden precisar de forma más eficiente las condiciones de prestación del servicio de arrendamiento de vehículos con conductor.

La Disposición Adicional del citado RD.Ley 13/2018, habilito a las CCAA pudiendo modifica las condiciones de explotación previstas en el art. 181. ROTT con ciertas limitaciones:

- Cualquier modificación solo afectará a los servicios que se desarrollen íntegramente dentro de cada territorio autonómico. Aquí se genera un efecto o mejor defecto frontera que puede derivar en competencia desleal.
- La modificación que cada Autonomía puede realizar ha de ser sobre las siguientes materias: pre contratación, solicitud de servicios, captación de clientes, recorridos mínimos y máximos, servicios u horarios obligatorios y especificaciones técnicas del vehículo.
- La modificación ha de estar orientada a mejorar la gestión de la movilidad interior de viajeros o a garantizar el control de las condiciones de prestación del servicio, respetando, en todo caso, el principio de proporcionalidad.
- Todo ello sin perjuicio de las competencias que correspondan a las Entidades Locales en relación con los servicios que discurren íntegramente dentro de su ámbito territorial o lo que es lo mismo sobre el dominio público viario, tales como gestión de tráfico, protección de medio ambiente, estacionamiento, horarios, circulación y sus restricciones.

La Disposición adicional tercera del RD-Ley 13/2018 sobre la adecuación del régimen sancionador previó un plazo de 6 meses para que el Gobierno aprobara un proyecto de Ley que regulara el régimen sancionador aplicable a los titulares de autorizaciones de VTC en caso de incumplimiento de las medidas. La convocatoria electoral ha decaído por el momento la aprobación de este régimen sancionador y habrá que estar a la espera del proceso electoral nacional bien para ello o bien para un nuevo planteamiento.

Durante el periodo transitorio las autorizaciones de VTC existentes a la entrada en vigor del RD-Ley 13/2018 seguirán estando habilitadas para prestar servicios urbanos al menos durante cuatro años, no así para las nuevas autorizaciones (poco probables de mantenerse ese ratio 1/30).Igualmente seguirá siendo de aplicación la regla de la habitualidad o territorialidad, por tanto, el 80% de los servicios han de prestarse en la Comunidad autónoma en la que se encuentre domiciliada la autorización VTC y el 20% restante podrá prestarse en otra comunidad distinta de aquella. Con este RD-Ley 13/2018, como establece y en consonancia con el informe de la CNMC indicado sobre esta norma, no parece aventurado afirmar que el Gobierno solo ha demorado el problema cuatro años tiempo en que las vigentes autorizaciones VTC. A ello se suma el hecho de que la regla 80/20, que permite que los VTC autorizados en una Comunidad Autónoma ejerzan parcialmente (hasta un 20%) su actividad en otras CC.AA., desaparecerá y las autorizaciones nacionales VTC solo habilitarán para servicios que se inicien en la Comunidad Autónoma de origen.

La CNMC ya ha advertido en su informe que estas medidas pueden afectar negativamente a la competencia al reducir el número de operadores disponible y ello afectará a los consumidores y usuarios en forma de un previsible incremento de precios, más esperas, y menor innovación. Aquí es donde las plataformas digitales a buen seguro crearan nuevos formatos colaborativos

Tras la publicación y entrada en vigor de la última normativa nacional, la presión ejercida por el sector del taxi (ya hemos indicado la huelga que mantuvo en los primeros días de 2019), y las continuas disputas y disturbios entre profesionales del taxi y conductores VTC llegó nuevamente al legislador.

En esta ocasión y puesto que la competencia se había delegado en las CCAA, éstas se han lanzado a regular el arrendamiento de vehículos con conductor con normas más próximas a la protección del servicio taxi, que al servicio a través de plataformas digitales de transporte. Fue la Comunidad Autónoma de Cataluña la que se aventuró primeramente en este campo y aprobó el Decreto Ley 4/2019, de 29 de enero²⁴, de medidas urgentes en materia de transporte de viajeros mediante el alquiler de vehículos con conductor.²⁵

Al amparo del art. 182.1 ROTT (justifica que están prestando un servicio previamente contratado) el Decreto Catalán dispuso a que ha de transcurrir un plazo mínimo de 15 minutos entre la contratación y la prestación efectiva del servicio²⁶. Así mismo se estableció que los VTC no pueden, en ningún caso, circular por las vías

²⁴Diario Oficial de la Generalitat de Cataluña de 31 de Enero de 2019

²⁵Antes de ese Decreto-Ley de 2019 el Tribunal Constitucional en Sentencia 105/2018, de 4 de octubre de 2018, declaró la inconstitucional y nulidad del art. 1 del - Recurso de inconstitucionalidad 5333-2017-, del Decreto-Ley de la Generalitat de Cataluña 5/2017, de 1 de agosto, de medidas urgentes para la ordenación de los servicios de transporte de viajeros en vehículos de hasta nueve plazas y que establece una prohibición temporal, de dos años de duración a partir del otorgamiento efectivo, para la transmisión de las autorizaciones domiciliadas en Cataluña.

²⁶Esta medida llevó inicialmente a Uber y Cabify a salir de Barcelona.

públicas en busca de clientes nipropiciar la captación de viajeros, además de no poder estar estacionados en vías públicas, sino en aparcamientos o garajes cuando no estén pre contratados o prestando servicio.

La intervención administrativa llega también al aspecto tecnológico – a la economía digital- ya que impide la geolocalización- lo prohíbe- sin contratación previa de un vehículo con conductor y ello para impedir la captación de viajeros.

A partir de ese momento otras CCAA (Aragón²⁷, Baleares²⁸, Valencia²⁹, País Vasco – en aprobación-) han comenzado a regular vía decreto exclusivamente a las VTC centrandolo en obligar a un tiempo de pre contratación mínimo que oscila entre 15/30 minutos o incluso 1 hora. En otras sin embargo no se va a exigir la pre contratación como en Madrid (si está en fase de elaboración un nuevo reglamento para el sector del taxi) Andalucía (excepción de Sevilla cuyo Ayuntamiento si estable 30/60 min.deprecontratación) o Castilla y León³⁰, al igual que han hecho entre otras Cantabria,³¹ Galicia³², y Canarias³³

España, hoy, tiene un galimatías jurídico importante que perjudica a empresas, trabajadores y consumidores y es que este tipo de economía digital y colaborativa va a tener distinta suerte según el territorio o la ciudad³⁴ donde se preste el servicio – riesgo para el mercado-, y un gran problema de seguridad jurídica que invade las normas de libre competencia y que de no remediarse plantea en un corto espacio de tiempo – no más de cuatro años- un horizonte de conflicto porque ni el desarrollo tecnológico, ni la economía bajo demanda, ni la necesidad colaborativa entre particulares van a detenerse.

El Grupo de Ciudadanos presentó³⁵ en las Cortes Generales una Proposición no de Ley sobre medidas que permitan el desarrollo de los sectores del taxi y las VTC en un marco de competencia leal. En su propuesta esta formación considera que la regulación del sector de las VTC debe ser competencia nacional, haciéndose imprescindible derogar el Real Decreto-ley 13/2018 y devolver las competencias en

²⁷ Decreto Ley 7/2019, de 12 de marzo, del Gobierno de Aragón, de medidas urgentes en materia de transporte de viajeros mediante el arrendamiento de vehículos con conductor.

²⁸ Decreto ley 1/2019, de 22 de febrero, de medidas urgentes sobre la explotación y el control de la actividad de alquiler de vehículos en conductor y otras medidas en materia de transportes terrestres.

²⁹ Decreto Ley 4/2019, de 29 de marzo, del Consell, de prestación del servicio de transporte público discrecional de personas viajeras mediante arrendamiento de vehículos con conductor.

³⁰ Solo cuenta con el Decreto 13/2018 de 17 de mayo que establece el distintivo obligatorio de identificación de vehículos VTC).

³¹ Decreto 3/2018, de 25 de enero, por el que se regulan los distintivos identificativos de los vehículos dedicados al arrendamiento de vehículos con conductor.

³² Orden de 11 de febrero de 2019 por la que se regulan los distintivos identificativos de los vehículos dedicados al arrendamiento de vehículos con conductor/a cuya autorización se encuentre domiciliada en Galicia.

³³ Decreto 31/2019, de 1 de abril, por el que se modifica el Reglamento de desarrollo de la Ley 13/2007, de 17 de mayo, de Ordenación del Transporte por Carretera de Canarias, aprobado mediante el Decreto 72/2012, de 2 de agosto, en lo relativo a la identificación externa de los vehículos autorizados para el arrendamiento con conductor (VTC)

³⁴ 17 Autonomías; 50 Capitales de Provincia; 2 ciudades autónomas y 8816 municipios)

³⁵ Boletín Oficial del Congreso de los Diputados de fecha 8 de Febrero de 2019

materia de arrendamiento de VTC al ámbito nacional y no como hasta ahora delegando ello en las CCAA y Ayuntamientos. El fundamento de su pretensión es no destruir la unidad de mercado partiendo de un hecho evidente y es que no se puede intentar revertir con regulación los avances tecnológicos en perjuicio de los consumidores.

La cuestión siguió en sede legislativa y tras el Decreto Ley 13/2018 se interpeló al Gobierno y así en respuesta a pregunta escrito del diputado Barrachina Ros Miguel (PP) el Ministro de Fomento³⁶ contestó” En un futuro, está previsto seguir la misma dinámica reuniones y contactos contodas las Comunidades Autónomas con el objetivo de compartir buenas prácticasregulatorias y experiencias exitosas y en la búsqueda de soluciones que faciliten unaconvivencia ordenada entre ambas modalidades de transporte de viajeros en vehículosde turismo”.

En este punto la pregunta es recurrente: ¿ Se puede tener una convivencia pacífica con diversas y divergentes normativas que regulen la economía digital y la colaborativa en este sector del transporte de personas para que el mercado sea competitivo?

Es en este punto donde choca el legislador con la normativa y en particular con su propia defensa de la competencia³⁷ o lo que es lo mismo sin intervenir de forma innecesaria en la libre toma de decisiones empresariales. La tímida y escasa respuesta legislativa a la cuestión está provocando, quizás sin pretenderlo, que la propia letra de la ley incurra a los operadores de este sector en prácticas colusorias (limitación, control, reparto del mercado) y a otros en posiciones de abuso de derecho(imposiciones comerciales, limitación del desarrollo técnico y tecnológico de las empresa y de los consumidores)

Cuando estoy terminando este capítulo por un lado se cierra la campaña electoral a la elecciones generales en España que dará un nuevo gobierno nacional el cual que tendrá que abordar con decisión la economía digital y colaborativa en el sector del transporte de personas, pero es que también en menos de un mes los nuevos gobiernos autonómicos que salgan de las elecciones regionales y municipales previstas para finales del mes de Mayo también deberán asumir como realidad de sus territorios las plataformas digitales como instrumento económico y social en el movimiento de personas y bienes, afrontando una regulación que favorezca la competencia o mantenerse como asignatura pendiente.

3. Reflexiones Finales

El estudio realizado nos ha permitido comprobar que en la actualidad la economía colaborativa surgida de la voluntad o del intercambio de necesidades entre particulares ha girado hacia un negocio colaborativo que en definitiva altera la verdadera naturaleza y razón de ser del modelo de colaboración recíproca. Ello hace

³⁶ Pregunta escrita Congreso de los Diputados. 184/43089 de fecha 19/10/2018, respuesta 6 de Febrero de 2019.

³⁷ Ley 15/2007 de 3 de Julio de Defensa de la Competencia

que la delimitación entre ambos conceptos sea muy tenue, si bien la tendencia doctrinal y jurisprudencial en casi todos los órdenes jurídicos es calificar como empresas de transporte a quienes utilizan una plataforma digital para la prestación de servicios.

Por un lado se encuentra la plataforma colaborativa que permiten un desarrollo de actividades conjuntas, si bien por ejemplo en España no se han configurado jurídicamente, pudiendo hacerlo, a través de Cooperativas de trabajo (más cercana a lo colaborativo) y esta es una primera consideración ya que la estructura jurídica es claramente mercantil y así actúan en el tráfico jurídico con el consiguientemente ánimo de lucro propio de toda actividad empresarial que a su vez implica un riesgo.

A su vez España es un País singular territorialmente y ello afecta a las plataformas digitales que prestan servicios de transporte de personas mediante vehículos con conductor. Los distintos operadores – quienes ostentan el título de servicio público frente a los que colaboran privadamente-, pugnan por el cliente en un mercado más cercano a la intervención que a la necesaria regulación y es que por un lado el legislador nacional hasta ha permitido que sean los legisladores territoriales los que establezcan las normas según las características de su territorio.

La segunda consideración enlazada con lo anterior es que un sector que tenía a finales del año 2018 aproximadamente 12.000 licencias de VTC y congeladas unas 70.000 licencias de taxi³⁸ precisa de una regulación más uniforme en beneficio del propio mercado que además impida que los agentes implicados realicen con o sin conocimiento de causa infracciones a la competencia y comportamientos desleales.

Como tercera consideración el libre mercado y la libertad de establecimiento no deben favorecer normativas territoriales limitativas de dichos derechos porque en definitiva se perjudica la actividad y el desarrollo de nuevas tecnologías. En el trabajo se detallan como ciertos territorios autonómicos por la presión de los operadores públicos están limitando el acceso a la contratación en tiempo y forma – abuso de contratación con consumidores- y ello afecta a la competencia, pero también va contra la libertad individual de contratación.

Como cuarta consideración, de no establecerse una normativa nacional, las distintas reglas autonómicas o locales van a favorecer ciertos monopolios para un sector de esta actividad – público- que puede mirar de espaldas a la economía digital y prescindir de uso de nuevas tecnologías. Igualmente esas normas territoriales van a favorecer la expulsión de determinados operadores privados que no verán útil, ni rentable establecerse en determinadas zonas perjudicando claramente al consumidor y estableciendo por ello, incluso en autonomías limítrofes diferencias de trato y acceso a los servicios para los ciudadanos.

Para finalizar estas reflexiones decir que a mi entender las justificaciones medioambientales o de circulación no motivan (y en todo caso sería

³⁸Informe de la CNMC PRO /CNMC/003/18 sobre el RDLey 13/2018 de fecha 17 de Enero de 2019

homogéneamente para todos los operadores) la limitación de autorizaciones, ni tampoco el cumplimiento de ciertos requisitos previos de contratación. Además los avances tecnológicos – que si deberían exigir las normativas ad hoc- deberían, surgen con más rapidez que las normas de ahí que el marco jurídico sea lo más amplio y flexible posible para favorecer la implantación de medidas de economía digital sin necesidad de estar continuamente regulando o modificando las normas a cada avance o novedad y mucho menos hacerlo por presiones o intereses particulares.

4. Conclusiones

A modo de conclusiones y de manera esquemática las siguientes:

- 1) La regulación española, tanto nacional como regional debería establecer un marco más favorable a que en el sector del transporte de personas en vehículos con conductor pudiera ser más un trabajo asociado vía cooperativas – incluso establecer este tipo asociativo como imperativo-
- 2) u otra forma asociativa para conseguir mantener la esencia, al menos de la economía colaborativa y no del negocio colaborativo .
- 3) Dentro de ese marco cooperativo establecer un conjunto de medidas de carácter fiscal, tributario y laboral que permitiera que los prestadores del servicio no tener las dependencias actuales en la prestación de dicho servicio de transporte.
- 4) El Estado Español debería regular con competencia plena en base a la unidad de mercado las condiciones de acceso y ejecución del transporte en vehículos con conductor de personas sin distinción de operadores y equiparando la figura del arrendamiento de vehículos con conductor.
- 5) Para favorecer la economía digital y la implantación de la tecnología deben eliminarse las limitaciones actuales y restricciones tanto en el uso de las plataformas digitales, como y muy particularmente la exigencia de pre contratación en este tipo de servicios

Referencias

a. Normativas

Constitución Española (1978).

Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones. Las plataformas en línea y el Mercado único digital. Agenda para la Economía Colaborativa COM (2016) 356 final.

Ley 20/2013 de 9 de diciembre de Garantía de la Unidad de Mercado.

Real Decreto Legislativo 1/2007 de 16 de Noviembre para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y leyes complementarias.
Ley 27/99 de 16 de Julio de Cooperativas.

Ley 16/1987 de 30 de Julio de Ordenación de los Transportes Terrestres.

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.

Real Decreto 1211/90 de 28 de Septiembre Reglamento de la Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres.

Real Decreto Ley 3/2013 de 20 de Abril por el que se modifica la Ley 16/87 de 30 de Julio de Ordenación de los Transportes Terrestres en materia de vehículos con conductor.

Real Decreto Ley 13/2018 de 28 de Septiembre por el que se modifica la Ley 16/87 de 30 de Julio de Ordenación de los Transportes Terrestres en materia de vehículos con conductor.

Decreto Ley 4/2019 de 29 de Enero de la Generalitat de Cataluña en materia de arrendamientos de vehículos con conductor y normativa autonómica reseñada en notas.

b. Jurisprudencia

Sentencia del Tribunal de Justicia (Gran Sala) de 20 de diciembre de 2017. Asunto C-434/15. Asociación Profesional Élite Taxi contra UberSystemsSpain, SL.

Sentencia Tribunal Constitucional 105/2018 de 4 de Octubre de 2018. Nulidad art. 1 del Decreto Ley de la Generalitat de Cataluña 5/2017.

c. Bibliografía

Sánchez-Garrido, B. A. (2013). De los aspectos teóricos a los aspectos prácticos de la unidad de mercado. Información Comercial Española, *ICE: Revista de Economía*, 871, 107-114.

Alfonso Sánchez, R. (2016). Estudios doctrinales: aproximación jurídica a la economía colaborativa: diferentes realidades. *Cuadernos de Derecho y Comercio*, 66, 13-73.

Guillén Navarro, N. A. (2018). El arrendamiento de vehículos con conductor (VTC) y su entramado jurídico: el avance de Uber, Cabify y la economía colaborativa.

Revista de Estudios de la Administración Local y Autonómica (REALA)-Nueva época, 9, 128-147.

Vázquez Ruano, T. V. (2017). Economía colaborativa y el transporte de personas. *Revista Jurídica de Economía Social y Cooperativa*, 31, 325-355.

Vilalra Nicuesa, A. E. (2018). La regulación europea de la plataformas de intermediarios digitales en la era de la economía colaborativa. *Revista Crítica de Derecho Inmobiliario*, 65, 175-191

Comisión Nacional de Mercados y Competencia. *PRO/CNMC/003/18 sobre el real decreto-ley 13/2018, de 28 de septiembre, que modifica la LOTT en materia de arrendamiento de vehículos con conductor*. 17 de Enero de 2019.

Comisión Nacional de Mercados y Competencia. *IPN/CNMC/018/17 PRD por el que se modifican diversas normas reglamentarias para adaptarlas a la ley de ordenación de los transportes terrestres y a los cambios introducidos en la reglamentación de la UE*. 14 de diciembre de 2017

III

LA DEPENDENCIA DIGITAL Y SU VALORACIÓN EN EL MARCO DE LA DEPENDENCIA JURÍDICA

Carlos Arroyo Abad

1. Dependencia jurídica & dependencia digital.

Si la prestación de servicios en el marco de la sociedad del siglo XXI, viene a caracterizarse por un proceso de alejamiento del Derecho del Trabajo, sobre la base de un fomento del empleo autónomo a partir de un desarrollo del trabajo tecnológico, tal proceso no puede ser analizado si no es de la mano del estudio de la dependencia jurídica, elemento vertebral del contrato de trabajo. (Rodríguez Piñero, 1966).

Pese a que seguimos reconociendo en la dependencia “la puesta a disposición de una energía personal de trabajo, dirigida por la persona para la que se presta el trabajo” (de la Villa Gil, 1972, p.9), tal dependencia no puede conceptualizarse de una forma firme e inmovible, sino que, por el contrario, posee un cierto carácter indeterminado derivado de la pluralidad de manifestaciones que puede revestir. De igual forma, en tanto la dependencia viene a condicionar la fuerza del trabajo, no es plausible conceptualizarla desde una excluyente perspectiva patrimonialista, en tanto el objeto de la relación contractual no persigue únicamente la consecución de un fin concreto, sino que en dicha consecución haya una intervención personal del trabajador que pone a disposición del empresario su fuerza de trabajo (Arroyo Abad, 2016).

Más allá de posicionamientos históricos, que otorgaban un valor económico a la dependencia, ésta se configura como un “aspecto pasivo de los poderes de mando del empresario” (Montoya Melgar, 2013, p.39), por lo que condiciona su aplicabilidad al desarrollo de la actividad profesional dentro del ámbito de organización y dirección empresarial.

Este condicionamiento, no va a requerir de la presencia de medios o instrumentos que acrediten su existencia, lo que no es contrario a la presencia de los mismos en tanto posibilitan de forma más adecuada su materialización, más cuando el control y la dirección de la prestación por parte del empresario, resulta más compleja en atención a factores como la distancia existente entre el lugar de cumplimiento de la prestación y la sede del centro de trabajo al que se encuentra adscrito.

En conclusión a lo expresado hasta el momento, la dependencia no se conforma como un instrumento de sometimiento o subordinación absoluta del trabajador al poder organizador del empresario. Por contra, constituye una

potencialidad que no tiene por qué estar constantemente actualizándose. Basta con que el trabajador se sitúe dentro del círculo organicista, rector o director y disciplinario del empresario. (Alonso Olea, 1981).

Llegados a este extremo y enlazando con el actual modelo de sociedad tecnológica así como de “nueva economía” o economía digital que de él se deriva, se hace necesario abrir un debate en torno al alcance de la dependencia jurídica.

Si el desarrollo de plataformas digitales, diseñadas específicamente para la prestación de servicios, permite el desarrollo del trabajo *freelance*, bajo un nuevo modelo denominado “trabajador 3.0” (frente al teletrabajo, en el que el trabajador queda sometido a una relación laboral, el trabajador 3.0, constituye una modalidad de trabajo a distancia ajena a la presencia de un empleador al que responder. (Baladan y Hernández Valera, 2016)) ¿nos conduce ello a reconfigurar la dependencia jurídica?

El debate en cuestión, no debe gravitar en torno a la desaparición de la dependencia jurídica sino en torno al surgimiento paralelo de un nuevo tipo de dependencia, la digital o tecnológica.

El reconocimiento de este modelo de dependencia dentro de un modelo de economía bajo demanda resulta por tanto clave a la hora de reconocer o no, la laboralidad de las relaciones de prestación de servicios que en su seno se lleven a la práctica.

Podemos diferenciar tres modelos de economía bajo demanda:



Figura 1. Modelos de economía bajo demanda. Fuente: elaboración propia

El *crowdsourcing* o *crowdwork* a diferencia de la economía colaborativa, se viene a caracterizar por una prestación de servicios realizado de forma descentralizada a través de un llamamiento o convocatoria. Sobre esta base, las actividades que integran el *crowdwork* se englobarán sobre tres pilares, a saber, modalidad de presencia, grado de competencia y modalidad de actividad.

Centrándonos en el *crowdwork offline*, si bien se articula sobre una plataforma virtual, su ejecución no se lleva a cabo en el ciberespacio sino en un ámbito espacial y temporal concreto. Ello requiere de una especial concreción en la identificación del sujeto encargado del desarrollo de la prestación como de la concreta prestación a realizar.

De este hecho podemos deducir que las actividades realizadas en el marco del *crowdwork offline* generan un mayor número de controversias en torno a la naturaleza de su prestación de servicios. En definitiva el debate sobre el reconocimiento de la laboralidad o extralaboralidad de tal prestación.

Con todo, la dependencia digital no tiene por qué conformar un modelo extraño a la dependencia jurídica, como así ocurre con la dependencia económica de los TRADE. Ello abre las puertas al debate que venimos a vivir en nuestros días en torno a la configuración de la dependencia digital a través del marco de unas nuevas relaciones laborales especiales o su incorporación al régimen de los trabajadores autónomos económicamente dependientes, en su caso, con algún tipo de particularidades.

En cualquier caso, de este modelo de dependencia podemos extraer dos consecuencias, a saber, su vinculación a una intensa monitorización del trabajo y su reinterpretación sobre un control previo realizado, de forma ajena a la empresa, por los clientes de ésta.

Sobre estas premisas, la diferenciación entre dejación en el ejercicio del poder de dirección y la inexistencia de éste, adquiere una especial relevancia, en tanto la ausencia temporal de órdenes no justifica directamente una extralaboralidad de la relación. Que la empresa dicte exclusivamente “instrucciones necesarias”, posibilitando las plataformas la elección por parte del trabajador de jornada de trabajo y horario, no implica la desaparición de la subordinación en tanto en cualquier momento, la misma empresa puede dictar nuevas instrucciones que condicionen la prestación (Rogers, 2015).

El factor de temporalidad en el ejercicio del poder de dirección, pasa a destacarse como uno de los factores que particularizan el ejercicio de la nueva dependencia, lo cual, posiblemente hace más necesario la configuración de un régimen específico y particular para este tipo de actividades.

Quedarnos en un mero discurso de valoración de laboralidad si o laboralidad no, sobre la presencia de una dependencia jurídica, huye del significado de estos nuevos modelos de contrato, al llevar aparejado como consecuencia jurídica la aplicación en su conjunto de la normativa laboral “resultando muchas de estas clásicas prescripciones incompatibles o incluso perjudiciales para este nuevo trabajador” (Todoli Signes, 2015, p.15).

2. La dependencia en el marco de la Uber economy como *Crowdwork Offline* específico

La *Uber economy* como modelo empresarial fundado en la interconexión del cliente con el prestador del servicio a través de una plataforma digital, se conforma un negocio complejo en el que los prestadores de servicios no van a ser considerados como trabajadores asalariados, sino como profesionales que actúan en condición de socios. Su incorporación o adhesión a la empresa va de la mano de una previa solicitud en la que se acredite la titularidad en la licencia de conductor, la titularidad de un vehículo de escasa antigüedad (no más de diez años) así como la posesión de un seguro. Integrado en la empresa, el precio por la prestación de servicios lo determina la propia compañía quien obtendrá entre el 10% y el 20% de cada transacción que se venga a realizar.

Sobre esta premisa, de este modelo de negocio propio de una economía globalizada y de escala, resulta interesante detenernos en dos aspectos:



Figura 2. Modelo de negocio propio en una economía globalizada. Fuente: elaboración propia

En cuanto al primero de los elementos valorativos, la clave es entender si nos encontramos ante una empresa de índole estrictamente tecnológica y, por lo tanto, cuyas obligaciones no van más allá de las derivadas del control y manejo de una base de datos o, por contrario, ante una empresa de prestación de servicios condicionada al marco regulador de tal prestación de servicios (Todoli Signes, 2015).

En lo que respecta al segundo de los elementos valorativos, la dependencia se viene a articular sobre modelos que vinculan las directrices u órdenes empresariales a las evaluaciones de los clientes receptores de los servicios de tal forma que el sumatorio de recomendaciones, que no órdenes, y valoraciones subjetivas de los clientes, termina fundamentando el poder de dirección del “empleador”.

Con ello, el control sobre la prestación de servicios adquiere un formato nuevo en tanto no se manifiesta de forma directa sino a través de las evaluaciones que lleven a cabo los clientes, lo que se traduce en una monitorización constante del trabajador sobre la base del cumplimiento de unas instrucciones o recomendaciones.

Del incumplimiento de las mentadas recomendaciones y su plasmación negativa en los informes de los clientes, se derivará que la compañía deshabilite el acceso del conductor a la aplicación virtual, lo que se traduce en una extinción de la relación contractual.

Adicionalmente a lo expresado, en tanto la prestación del servicio se determina o articula a través de una plataforma virtual, queda también en entredicho el control por parte del profesional sobre la propia organización de su trabajo. (Ginés i Fabrellas y Gálvez Durán, 2016)

Del reconocimiento o no de una dependencia jurídica se llega a la consideración de existencia o no de laboralidad en la relación, lo que plantea un nuevo problema. La falta de un marco regulador específico. Con ello, un reconocimiento de laboralidad llevaría aparejado la aplicación del ordenamiento laboral común en su integridad lo que a su vez plantea la dificultad de reconocer el marco laboral común en materia de organización del tiempo de trabajo, negociación colectiva o criterios de representatividad, por señalar algunos ejemplos.

La solución, por tanto, entendemos que sólo puede articularse por dos vías, o bien la configuración de un nuevo marco de relaciones laborales especiales, en atención al art. 2.1 I) RDLeg. 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, o bien su reconocimiento como relación profesional, enmarcada como trabajo autónomo económicamente dependiente, en los términos previstos por el CAP. III, del TIT. II, de la Ley 20/2007, de 11 de julio, de Estatuto del Trabajo Autónomo.

Ninguna de ambas vías puede resultar a priori desautorizada. De hecho, la opción de articular los derechos de los profesionales por la vía de los acuerdos de interés profesional, aporta un cierto reconocimiento a la denostada figura de los TRADE.

3. Conclusiones

Primera.- Resulta innegable que la economía bajo demanda constituye una nueva realidad que aun encontrándose en una fase embrionaria, va a condicionar los futuros modelos productivos. Ahora, de la diversidad de actividades existentes se justifica la necesidad de un proceso previo de limitación conceptual. La determinación conceptual, sin embargo, no podrá llegarse a producir si no es en paralelo a la determinación de un concreto marco normativo.

Segundo.- La configuración de un marco jurídico particular debe articularse teniendo presente la protección a los usuarios de las plataformas y la protección a los prestadores de servicios. En tal sentido urge la configuración de un marco ordenador que hoy en día ya está presente en el tejido productivo. Más aún, esta realidad se irá ahondando a medida que la evolución tecnológica y la presencia de nuevas

plataformas, vaya incrementándose. No podemos, por tanto, seguir empleando unos modelos legales ajenos a la incidencia del factor tecnológico.

Tercero.- En lo que respecta a la protección a los usuarios de plataformas digitales, ésta protección debe reconocer, por un lado, unas garantías que no abstraigan a los mismos de un régimen de protección cuanto menos equivalente al existente y, por otro lado, unas garantías específicas en atención a la incidencia del factor tecnológico.

Referencias

- Alonso Olea, M. (1981). *Introducción al Derecho del Trabajo*. 4ª edición. Madrid: Editoriales de Derecho Reunidas.
- Arroyo Abad, C. (2016). *El transporte terrestre por carretera: su regulación jurídica en el derecho laboral*. Madrid: Tecnos.
- Baladan, F. y Hernández Valera, J. (2016). Nuevas manifestaciones del relacionamiento laboral: E-Recruiting, reputación digital, trabajo 3.0 y relaciones laborales en la economía colaborativa. *16º Simposio Argentino de Informática y Derecho*, 143-155. Recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/58264>
- De la Villa Gil, L.E. (1972). Apuntes sobre el concepto de trabajador en el Derecho Español. *Cuadernos de la Cátedra de Derecho del Trabajo*, 4, 1-17.
- Ginés i Fabrellas, A y Gálvez Durán, S. (2016). Sharing economy vs. uber economy y las fronteras del Derecho del Trabajo: la (des)protección de los trabajadores en el nuevo entorno digital. *InDret*, 1-44. Recuperado de http://www.indret.com/pdf/1212_es.pdf
- Montoya Melgar, A (2013). *Derecho del Trabajo*. Madrid, España: Tecnos.
- Rodríguez Piñero, M. (1966). La dependencia y la extensión del ámbito del Derecho del trabajo. *Revista de Política Social*, 71, 147-167.
- Rogers, B (2015). Employment Rights in the Platform Economy: Getting Back to Basics. *Legal Studies Research Papers Series, Temple University* (33), 480-519.
- Todolí Signes, A. (2015). El impacto de la Uber Economy en las relaciones laborales: los efectos de las plataformas virtuales en el contrato de trabajo, *Iuslabor* (3), 1-25. Recuperado de <https://docplayer.es/11908408>

IV

UN CASO DE ECONOMÍA DIGITAL: EL “DROPSHIPPING” Y OTRO DE ECONOMÍA COLABORATIVA: “PEER TO PEER ACCOMMODATION” Y SU TRIBUTACIÓN

Sergio L. Nájuez Alonso

1. Introducción

La economía colaborativa y la economía digital, han transformado completamente la sociedad actual. Una nueva tendencia ha emergido, y supone la colaboración entre personas que no se conocen entre sí; diseñando soluciones innovadoras para resolver problemas cotidianos, uniendo intereses y medios (Sullivan & Skelcher, 2017). La economía colaborativa está compitiendo con empresas tradicionales, líderes en muchos casos en sus sectores y al mismo tiempo cambiando paradigmas. Los ciudadanos contactan entre sí y se unen para cumplir sus objetivos y deseos, y no esperan que un gobierno o una empresa les provean el bien o el servicio en cuestión (Deming, 2018). El consumidor pues, ha dejado de ser solo consumidor y se convierte en un “prosumidor”, uniendo la posibilidad de producir y consumir en la misma figura. A todo esto se suma que, según Price Waterhouse Coopers, la economía colaborativa genera transacciones en Europa por un valor anual de 28.000 millones de euros, cifra que va en aumento. (Vaughan & Daverio, 2016).

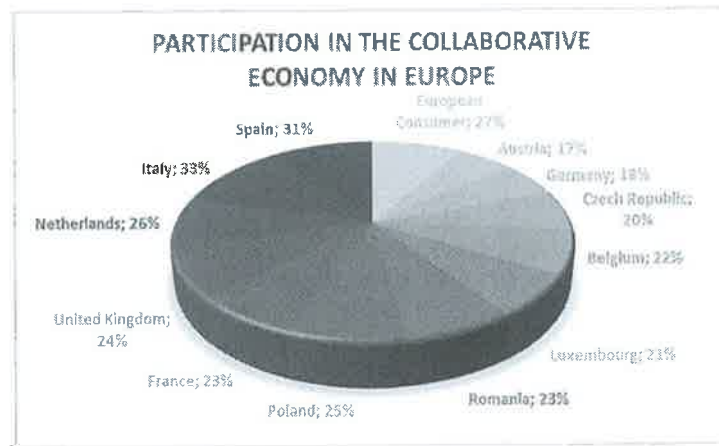


Figura 1: Participación de los ciudadanos en la economía colaborativa en Europa, Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de ING International Survey “The Sharing Economy 2015” y Price Waterhouse Coopers.

Las leyes fiscales (en algunos casos) queda desactualizadas frente a esta realidad, y esto plantea problemas desconocidos hasta ahora. Por esta razón, es interesante analizar cómo la ley regula los derechos y obligaciones fiscales de los ciudadanos; en relación con el uso de plataformas de economía colaborativa y empresas digitales (Nájuez Alonso, 2018). Por ello en el presente capítulo se van a analizar algunos supuestos relacionados con la citada economía colaborativa y cómo actualmente se regulan fiscalmente dichas situaciones. No es raro encontrar autores que directamente señalan que no encontramos en una “democracia robotizada” (Tellado & Fernández, 2018) debido precisamente a esos grandes avances a los que la economía no es ajena.

2. El Caso del “Dropshipping” de productos.

2.1 Introducción al dropshipping.

El denominado “dropshipping” es un tipo de tienda online, mediante la cual un sujeto pone a la venta en una plataforma a través de Internet, la mercancía de un tercero, que es denominado bien proveedor o bien “dropshipper”. De este modo el sujeto se transforma en “minorista” frente al consumidor final (Gan, Seth & Zhou, 2010). El beneficio es generado en este caso a través de la diferencia entre el precio del producto establecido por el mayorista y el precio marcado por el minorista (Ma, Jemai, Sahin & Dallery, 2017).

Se trata de una opción de negocio, en la que el sujeto-minorista nunca llega a tener los artículos físicamente. La razón es bien simple, pues el sujeto-minorista se limita simplemente a recibir el pedido y a gestionar la relación con el cliente; y una vez hecho esto, enviar los datos de la compra y del envío, al proveedor (Kawa, 2017).

2.2 Tratamiento fiscal del “dropshipping”.

El dropshipping a efectos fiscales es considerado como cualquier otro tipo de actividad económica o profesional, como puede ser una peluquería o un dentista³⁹. Por ello, el sujeto que realice este tipo de actividad debe darse de alta en el impuesto sobre actividades económicas (en adelante I.A.E). Si acudimos al citado cuerpo legal, el anexo que contiene y clasifica las actividades recoge varios relativos a comercio, siendo el más apropiado seguramente el epígrafe 665 de la sección

³⁹ España. Art. 78.1 Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales. BOE núm. 59, de 09/03/2004. “...El hecho imponible está constituido por el mero ejercicio, en territorio nacional, de actividades empresariales, profesionales o artísticas, se ejerzan o no en local determinado y se hallen o no especificadas en las tarifas del impuesto...” y España. Art. 79 Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales. BOE núm. 59, de 09/03/2004. “...una actividad se ejerce con carácter empresarial, profesional o artístico, cuando suponga la ordenación por cuenta propia de medios de producción y de recursos humanos o de uno de ambos, con la finalidad de intervenir en la producción o distribución de bienes o servicios...”

primera denominado “Comercio al por-menor por correo o por catálogo de productos diversos”⁴⁰.

Por lo que respecta al impuesto sobre la renta de las personas físicas, (en adelante I.R.P.F.); El sujeto está obligado, para poder desarrollar su negocio de “dropshipping”, a darse de alta como autónomo en Hacienda. Debido a ello, y al igual que cualquier otra actividad empresarial, deberá tributar por los rendimientos económicos que genere. En este caso, hay que aclarar que utilizando exclusivamente el sistema de estimación directa⁴¹.

Respecto al Impuesto sobre el Valor Añadido (en adelante I.V.A.), es necesario abordar varias cuestiones.

La primera de ellas, es la relativa a la deducibilidad de las cuotas soportadas de I.V.A mientras se ejerce la actividad de “dropshipping”. La razón es que al igual que ocurre con otro tipo de negocios, el sujeto-minorista debe hacer frente a determinados gastos e inversiones (ordenador, la web, publicidad...) que impliquen soportar cuotas de I.V.A. Estas cuotas de I.V.A. soportado sí son deducibles siempre que se trate de ventas que “si se hubieran realizado en España, hubieran originado el derecho a la deducción”. Es decir, que se tratara de ventas sujetas y no exentas a efectos de I.V.A.⁴².

La segunda de las cuestiones, tiene que ver con el propio funcionamiento del “dropshipping”. Para entender el correcto funcionamiento del I.V.A. en este tipo de negocio, es necesario recordar las tres etapas en las que se desarrolla.

- Primera fase: Compra al proveedor.

En esta primera fase, si el proveedor no está situado en España, las operaciones de compra no se entenderán realizadas en nuestro país, y por lo tanto no llevarían I.V.A.⁴³. En caso de que el proveedor sí estuviera situado en España la operación sí llevaría I.V.A.

- Segunda fase: Venta al cliente o consumidor final.

En esta fase, al igual que ocurría antes, si el transporte de la mercancía tampoco empieza en nuestro país, la venta tampoco llevará I.V.A., porque no se entiende realizada en España. Por todo ello, la operación estará sujeta a la legislación del país en el que se inicie el transporte del artículo⁴⁴.

⁴⁰ Reseñar que el epígrafe escogido finalmente dependerá del tipo de productos que se vendan vía plataforma digital.

⁴¹ Quedaría pues excluido de la tributación por módulos o también denominada estimación objetiva.

⁴² Véase España. Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido. BOE núm. 312, de 29/12/1992. Art. 92 a 114

⁴³ Es muy habitual, que este tipo de negocio sea realice con mayoristas de países asiáticos, como China o India por ejemplo.

⁴⁴ Nota: El sujeto que realiza éste tipo de actividad, deberá comprobar si la legislación propia del país de origen de la mercancía exige cumplir algún otro tipo de obligaciones.

Si es un país no U.E., no llevará ninguna clase de I.V.A., aunque el minorista-vendedor que lo venda sí esté en España localizado. En este caso, en la medida en que esta operación no se entienda localizada en España, no será de aplicación la ley del I.V.A. Español; y por ello no podrá estar sujeta el Régimen del Recargo de Equivalencia⁴⁵.

- Tercera etapa: La Importación o La adquisición Intracomunitaria de la mercancía por parte del consumidor final.

Centramos ahora el estudio en las implicaciones a efectos del IVA por parte del destinatario final de la mercancía. Lo primero de todo, hay que determinar, quien es el que aparece como destinatario de los bienes (el consumidor final o el sujeto-minorista). La razón es que según la Ley del I.V.A.⁴⁶, en el caso de la importación, será el “importador” el responsable del pago de los impuestos que correspondan según la legislación fiscal de cada país.

Por ello, si el importador es el sujeto-minorista, será éste el obligado a soportar esos costes. En caso de ser el consumidor final el importador, entonces será éste quien deba de hacer frente a los mismos. Para entenderlo mejor, se expone un ejemplo:

Un consumidor final recibe la mercancía (los bienes proceden de fuera de la U.E.); en España, siendo éste importador. Será el consumidor final el que tendrá que hacer frente al I.V.A., salvo que el coste del producto sea inferior a 22€ puesto que existe una exención en las importaciones hasta dicho precio.

Otra opción sería que el destinatario fuera comunitario, por ejemplo residente en España, y también el origen de la mercancía fuera, por ejemplo, Italia. En este caso habrá que saber si el destinatario final es un particular o una empresa, para determinar si hay que facturar con el IVA aplicable en el país de origen del producto (en nuestro ejemplo Italia) o hay que aplicar la regla de la Inversión del Sujeto Pasivo porque se entienda que la operación debe estar sujeta a la norma española.

Como podemos comprobar, tras el análisis realizado de este tipo de actividad si bien parece clara la normativa aplicable, en muchos casos la casuística es muy amplia. Ello repercute en que muchas veces, y ante la gran cantidad de obligaciones que deben cumplir los sujetos, estos “olviden” o bien no cumplan de manera correcta dichas obligaciones. El I.V.A. por tanto se presenta como una gran complicación al que deben hacer frente los denominados “prosumidores”. En el caso del “dropshipping”, la actividad permite al sujeto obtener unos ingresos extra. Sin embargo, los incentivos al desarrollo de esta actividad se reducen cuando el sujeto entiende que la obtención de ingresos por esta actividad, por pequeña que sea,

⁴⁵ Véase España. Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido. BOE núm. 312, de 29/12/1992. Art. 148 y 149.

⁴⁶ Véase España. Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido. BOE núm. 312, de 29/12/1992. Art. 86.

conlleva la gestión trimestral del I.V.A. así como la ya citada obligación de declarar en el I.R.P.F. los rendimientos económicos.

3. El Caso del “Peer to Peer Accommodation”.

Tal y como pudimos ver al inicio, el “Peer to Peer Accommodation”, llamado por otros “home sharing” o vulgarmente conocidos en España como “pisos turísticos” es un mercado que movió en Europa alrededor de 15.100 millones de euros. Nuevamente, desde el punto de vista fiscal surgen algunas cuestiones que van a ser analizadas en el presente apartado (Frenken, 2017).

Dividimos el análisis en dos partes. Por un lado, cómo debe tributar el sujeto que alquila su vivienda a través de estos portales, y por otro lado la tributación de la plataforma que actúa como intermediario.

3.1 La tributación de la persona “proveedora” de alojamiento.

En la Ley de Arrendamientos Urbanos (L.A.U. en adelante) artículo 3.2⁴⁷, aparece recogida la figura del arrendamiento de temporada. Del mismo entendemos por arrendamiento por temporada el uso de una vivienda que no va a tener carácter permanente, que tampoco va a constituir el domicilio del arrendatario, y además con independencia de que se realice durante el verano o en cualquier otra época del año. No es objeto de debate en el presente artículo si la LAU es aplicable o no. Simplemente se ha acudido a ella para obtener una definición sobre esta figura. Hay algunos estudios sobre ello que podrían consultarse (Fernández Pérez, 2016) y (Rodríguez-Antón, Alonso-Almeida, Rubio-Andrada & Celemin Pedroche, 2016).

Existen múltiples plataformas actualmente como la famosa Airbnb (“Alquileres vacacionales, casas, experiencias y lugares - Airbnb”, 2018) o HomeAway (“HomeAway.es”, 2018) por citar algunos ejemplos, a través de las cuales el propietario, puede convertirse nuevamente en “prosumidor” y alquilar su vivienda (habitual o una segunda, tercera etc. vivienda).

Respecto al I.A.E., al igual que ocurría con el “Dropshipping”, el sujeto debe darse de alta en el mismo. Pueden darse dos situaciones:

1. Si la explotación de vivienda vacacional se realiza con la prestación de servicios de hospedaje (recepción y atención permanente al cliente, limpieza de inmuebles y cambio de ropa de forma periódica, custodia de maletas, servicios de alimentación). Este supuesto, deberá clasificarse dentro de la agrupación 68 “Servicio de hospedaje” de la sección primera, y más concretamente, en el grupo 685, “Alojamientos turísticos extra- hoteleros” (“Consulta Vinculante Dirección General de Tributos V1114-11, de 3 de Mayo de 2011)

⁴⁷ Véase España. Ley de Arrendamientos Urbanos... Art. 3.2. que disponía que “... tendrán esta consideración [arrendamiento para uso distinto de vivienda] los arrendamientos de fincas urbanas celebrados por temporada, sea ésta de verano o cualquier otra...”.

2. Si la explotación de vivienda vacacional consiste, exclusivamente, en el arrendamiento por periodos de tiempo de la misma, sin prestar los servicios propios de la actividad de hospedaje señalados y limitándose a poner a disposición del arrendatario las instalaciones en condiciones adecuadas de uso, deberá clasificarse en el epígrafe 861.1 de la sección primera “Alquiler de viviendas”⁴⁸.

De esta forma podemos extraer que si el sujeto pasivo desarrolla la actividad de “Alojamientos turísticos extra-hoteleros”, estará obligado a tributar y tendrá que presentar la declaración por el I.A.E.; mientras que si el sujeto pasivo lo que desarrolla es la actividad de “Alquiler de viviendas”, nos encontraríamos ante otras dos posibles situaciones:

1. Si la cuota correspondiente es igual o superior a los 601,01 euros, el sujeto pasivo estará obligado a tributar y presentar declaración por el Impuesto sobre Actividades Económicas.

2. Si la cuota correspondiente es inferior a 601,01 euros, el sujeto pasivo no estará obligado a formular declaración alguna⁴⁹.

Bien, una vez que el sujeto ha dado de alta su actividad, el siguiente paso sería determinar cómo debe tributar estos rendimientos a efectos del I.R.P.F.

Los propietarios de viviendas en alquiler turístico tienen que tributar en el I.R.P.F. tanto el tiempo que la vivienda está ocupada como cuando no lo está, en este caso como imputación de renta inmobiliaria.

En el caso de los periodos en que la vivienda está alquilada, el ingreso íntegro vendrá determinado por la totalidad de las contraprestaciones recibidas. Los gastos deducibles (reparación, impuestos locales entre otros o la propia amortización) deberán ser prorrateados por el tiempo sobre el año natural que la vivienda está ocupada. Así mismo, tampoco cabe la posibilidad de aplicarse la reducción del 60% al rendimiento. La razón es que únicamente está prevista para los alquileres en los que el arrendatario usa la vivienda como vivienda habitual.

Por otro lado, y dentro del I.R.P.F. los periodos en los que el inmueble no haya estado alquilado, deberá tributar bajo la figura de la imputación de rentas. Esto, tal y como lo haría cualquier otro inmueble que no sea la vivienda habitual ni genere rentas, como una segunda residencia. Recordemos que la imputación de renta se calcula aplicando el 2% sobre el valor catastral (o el 1,1% si el valor catastral está revisado) y sobre el periodo de tiempo del año que el inmueble ha estado vacío.

En caso de que se presten servicios propios de la industria hotelera (como la limpieza periódica del interior de la vivienda, la recepción, lavandería o custodia de

⁴⁸ Importante la apreciación que realiza la ya citada Consulta Vinculante D.G.T. V1114-11 de 3 de Mayo de 2011: “la resolución puntual de incidencias al inquilino cuando se produzcan, se entiende que no supone la prestación de un servicio de recepción”.

⁴⁹ Debe recordarse que la letra c) del apartado 1 del artículo 82 del TRLRHL establece la exención en el pago de las cuotas del I.A.E. para los sujetos pasivos del mismo que sean personas físicas.

maletas); el alquiler no tributará como rendimiento del capital inmobiliario sino como rendimiento de actividades económicas. En este caso, el sujeto también debería de repercutir I.V.A. en sus operaciones⁵⁰.

Como hemos visto, hasta ahora queda en manos del sujeto el declarar todo este tipo de actividades (días alquilados por ejemplo). No obstante, la Agencia Tributaria y el Ministerio de Hacienda quieren que los intermediarios en el alquiler turístico de viviendas (Airbnb o Homeaway por ejemplo) están obligadas a remitir información trimestral sobre la titularidad del inmueble, los días de disfrute o el importe abonado⁵¹.

3.2 La tributación de las plataformas intermediarias.

La otra parte del negocio, es aquel que explotan las ya citadas plataformas intermediarias, que en definitiva facilitan en contacto entre el "prosumidor" que quiere alquilar su vivienda para obtener un rendimiento y el consumidor que quiere disfrutar de ella durante un periodo.

En este caso, las plataformas intermediarias quedarían sujetas al impuesto sobre sociedades español, por la parte del rendimiento que se genere en este territorio. Su negocio principal, el cobro de comisiones a los dueños de las viviendas y a los turistas que se alojan, finalmente no tributan en España sino a través de una filial ubicada en Irlanda. Esta situación, extrapolable al resto de plataformas en muchos casos, supone pérdidas para el erario público.

Es necesario resaltar también la nueva obligación fiscal, aprobada por el Ministerio de Hacienda en diciembre de 2017, cuya entrada en vigor estaba prevista para julio de este año. Esta obligación supone la presentación del modelo 179 de "Declaración informativa trimestral del arrendamiento de viviendas con fines turísticos". No obstante, el propio Ministerio de Hacienda ha decidido dar algo más de margen a las nuevas plataformas de pisos turísticos para suministrar los datos fiscales y han tenido plazo para hacerlos, hasta el 31 de enero de 2019 para comunicar las operaciones de 2018, por lo que no comenzarán a hacerlo en octubre de 2018 como inicialmente estaba previsto, según la Orden Ministerial⁵².

⁵⁰ Importante destacar que Los arrendamientos no sujetos a IVA lo están al Impuesto de Transmisiones Patrimoniales (ITP), bajo el concepto de Transmisiones Patrimoniales Onerosas -el mismo que se aplica al alquiler durante largos periodos de tiempo- que tendría que abonar el inquilino o usuario en función de la cuota que haya establecido cada comunidad autónoma. En caso de que la comunidad autónoma correspondiente no haya aprobado una tarifa, se aplica una escala que, por ejemplo, fija una cuota de 3,37 euros para alquileres de entre 480,82 y 961,62 euros.

⁵¹ La información a suministrar en el nuevo modelo 179 comprende: Titular de la vivienda, Titular del derecho en virtud del cual se cede la vivienda (si es distinta del titular de la vivienda), Identificación de las personas o entidades cesionarias., Inmueble objeto de cesión, Número de días de disfrute de la vivienda con fines turísticos, Importe percibido por el titular cedente del derecho, Número de contrato asignado por el intermediario, Fecha de inicio de la cesión, Fecha de intermediación y por último Identificación del medio de pago utilizado.

⁵² España. Orden HFP/544/2018, de 24 de mayo, por la que se aprueba el modelo 179, "Declaración informativa trimestral de la cesión de uso de viviendas con fines turísticos" y se establecen las condiciones y el procedimiento para su presentación.

Alquiler turístico		
Si se prestan servicios complementarios propios industria hotelera (limpieza, lavandería, restauración, etc.)	IAE	Grupo 685: alojamientos turísticos extrahoteleros
	IRPF	Rendimientos actividad económica
	IVA	Sujeto y no exento 10%
	ITP	No sujeto
	IRNR	Rendimiento actividad económica obtenido mediante ep
	D. Informativas	Modelo 179: a presentar por los intermediarios (en particular, por plataformas colaborativas)
Si no se prestan servicios complementarios propios industria hotelera (sólo alquiler)	IAE	Epigrafe 861.1: alquiler de viviendas
	IRPF	Rendimientos capital inmobiliario (sin reducción)
	IVA	Exento
	ITP	Tarifa fijada por la cc.aa. en su defecto escala prevista en el art. 12.1 rdl 1/1993
	IRNR	Rendimiento de capital inmobiliario
	D. Informativas	Modelo 179: a presentar por los intermediarios (en particular, por plataformas colaborativas)

Tabla 2: Resumen sobre obligaciones fiscales a cumplir en el alquiler turístico. Fuente: elaboración propia a partir de datos de ("La tributación de los alquileres turísticos - Agencia Tributaria", 2018)

3. Conclusiones.

Las conclusiones que se extraen del presente artículo se resumen de la siguiente manera:

- En innegable que la economía digital crece año tras año en Europa y en los países que la forman, donde el "prosumidor" (consumidor y productor a la vez) ha llegado para quedarse.

- La normativa (especialmente la fiscal) en muchos casos se está quedando obsoleta ante la llegada de nuevas formas de negocio, basado en la economía digital.

- Las obligaciones fiscales que debe soportar el "prosumidor" que realiza las actividades de "dropshipping" o de "home sharing" en España, son muy complejas y dependen de una gran casuística tanto a efectos de impuestos locales como el I.A.E., como de Impuestos Estatales; ya sea el I.R.P.F. o del propio I.V.A. Estos ciudadanos (que actúan como agentes productores); encuentran dificultades para declarar estos nuevos ingresos de manera que puedan cumplir con todas las obligaciones fiscales a las que están sometidos, especialmente I.R.P.F. e I.V.A.

Referencias

- Alquileres vacacionales, casas, experiencias y lugares - Airbnb. (2018). Recuperado de <https://www.airbnb.es>
- Consulta Vinculante DGT V1114-11, de 3 de Mayo de 2011. (2011). Recuperado de <https://petete.minhafp.gob.es/consultas/>
- Deming, W. E. (2018). *The new economics for industry, government, education*. Boston: MIT press.
- BOE. Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido. *Boletín Oficial del Estado* número 312, de 29 de Diciembre de 1992.
- BOE. Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales. *Boletín Oficial del Estado* número. 59, de 9 de marzo de 2004.
- BOE. Ley 29/1994, de 24 de noviembre, de Arrendamientos Urbanos. *Boletín Oficial del Estado* número 282, de 1 de Enero de 1995.
- Orden HFP/544/2018, de 24 de mayo, por la que se aprueba el modelo 179, "Declaración informativa trimestral de la cesión de uso de viviendas con fines turísticos" y se establecen las condiciones y el procedimiento para su presentación.
- Fernández Pérez, N. (2016). *Turismo p2p o colaborativo: un reto para el ordenamiento jurídico*. Alicante: Universidad de Alicante
- Frenken, K. (2017). Political economies and environmental futures for the sharing economy. *Phil. Trans. R. Soc. A*, 375(2095), 20160367.
- Gan, X., Sethi, S. P. y Zhou, J. (2010) Commitment-penalty contracts in drop-shipping supply chains with asymmetric demand information. *European Journal of Operational Research*, 204(3), 449-462.
- HomeAway.es. (2018). *HomeAway*. Recuperado de <https://www.homeaway.es>
- Kawa, A. (2017). Supply chains of cross-border e-commerce. En *Asian Conference on Intelligent Information and Database Systems* (pp. 173-183). Cham: Springer.
- Agencia Tributaria (2018). *La tributación de los alquileres turísticos*. Recuperado de http://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Inicio/_componentes/_Le_interesa_conocer/Historico/La_tributacion_de_los_alquileres_turisticos.shtml
- Ma, S., Jemai, Z., Sahin, E., y Dallery, Y. (2017). The news-vendor problem with drop-shipping and resalable returns. *International Journal of Production Research*, 55(22), 6547-6571.
- Náñez Alonso, S. (2018). Collaborative Economy in Europe and the need for a global taxation strategy. En W. Leoński, M. Szczepkowska & A. Wieczorek-Szymański, *Determinants of the modern organization's and market's development* (pp. 105-116). Szczecin: University of Szczecin. Faculty of Economics and Management. Institute of Management and Investment.
- Rodríguez-Antón, J. M., Alonso-Almeida, M. D. M., Rubio-Andrada, L., y Celemín Pedroche, M. S. (2016). La economía colaborativa. Una aproximación al turismo colaborativo en España. CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 88, 258-283.
- Sullivan, H., y Skelcher, C. (2017). *Working across boundaries: collaboration in public services*. Nueva York: Macmillan International Higher Education.
- Tellado, R. J., y Fernández, L. M. (2018). *Democracias robotizadas: El espacio del aula como discurso*. Madrid: Los libros de la catarata.
- Vaughan, R. y Daverio, R. (2016). *Assessing the size and presence of the collaborative economy in Europe*. p. 3. Recuperado de <https://www.pwc.es/publicaciones/digital/evaluacion-economia-colaborativa-europa.pdf>

V

ACERCA DE LA POSIBLE RESPONSABILIDAD PENAL DE LAS PLATAFORMAS DE ECONOMÍA COLABORATIVA

Álvaro Mendo Estrella

1. Introducción, justificación y objetivos.

Nada se descubre al afirmar, de forma ya tópica y recurrente, que la revolución tecnológica en la que nos encontramos inmersos cambiará nuestros hábitos de vida y nuestras costumbres y que las nuevas tecnologías tienen múltiples ventajas que facilitan nuestro quehacer diario pero que, a la vez, pueden favorecer comportamientos menos amables y, en ocasiones, rayanos al delito.

Y decimos que nada se descubre pues es un hecho cierto que las nuevas tecnologías han cambiado ya, de hecho, nuestros hábitos y costumbres y resulta evidente que las mismas nos han facilitado muchas de nuestras tareas, pero que también son fuente, instrumento y cobijo de comportamientos verdaderamente reprochables.

Son muchos, casi innumerables, los trabajos que ya han surgido en relación a comportamientos delictivos cometidos en el mundo digital y, principalmente, a través de las redes sociales: así, trabajos sobre el sexting, stalking, child grooming y tantos y tantos otros.

Sin embargo, brillan por su ausencia obras que aborden la relación entre el Derecho penal y otra realidad digital emergente como es la economía colaborativa que, sustentada en plataformas digitales, puede quizás traer aparejados comportamientos que pudieran ser constitutivos de delitos. Tal carencia y la inobjetable realidad del uso de tales plataformas **justifica** un trabajo como el presente.

Así las cosas, el **objetivo** de este estudio radica en determinar si la actividad llevada a cabo por las plataformas intervinientes en la denominada economía colaborativa puede ser objeto de responsabilidad penal desde la perspectiva del Derecho penal español y, en su caso, identificar los problemas relativos a la competencia de los Juzgados y Tribunales españoles para depurar tal responsabilidad.

Vaya por delante, con carácter preliminar, que no se pretende en este trabajo de investigación pronosticar qué tipos delictivos concretos pueden cometerse en el ámbito de actuación de las plataformas colaborativas, lo cual sería cuasi pretencioso y excedería con mucho el objetivo de estas páginas sino, como se ha dicho, determinar

si su actividad puede ser o no objeto de responsabilidad penal con carácter general e identificar problemas relativos a la competencia de nuestros Tribunales para su depuración.

2. Precisiones conceptuales y terminológicas.

Trataremos en el presente epígrafe de ofrecer un concepto de economía colaborativa a partir de algunas aportaciones doctrinales e institucionales, referirnos a algunos otros términos, distintos al de economía colaborativa, que se han utilizado para nombrar a esta realidad e identificar a los actores de la misma, con el fin de situar en ella el lugar de las plataformas de economía colaborativa que son, al fin y al cabo y como hemos apuntado, de cuya posible responsabilidad penal queremos tratar en el resto de este trabajo.

Por lo que respecta a **conceptos doctrinales**, en aras de la brevedad y extensión máxima necesaria en este trabajo, haremos referencia a una aportación nacional y otra extranjera que, desde mi punto de vista, son completas.

En el ámbito nacional se ha dicho que con la expresión «economía colaborativa» se hace referencia, por regla general, a los nuevos sistemas de producción y consumo de bienes y servicios surgidos a principios de este siglo gracias a las posibilidades ofrecidas por los avances de la tecnología de la información para intercambiar y compartir dichos bienes y/o servicios, que permiten reducir las asimetrías informativas y los costes de transacción que afectan a dichas actividades, a la vez que permiten incrementar la escala en que se llevan a cabo y realizarlas de forma diferente a la tradicional, (Alfonso, 2016, p. 17).

En la literatura extranjera Gansky (2010) afirma que “se entiende por economía colaborativa el conjunto de aquellas prácticas económicas por medio de las que se constituye una organización de participación colectiva y que se dirige a la provisión de bienes y servicios” (p. 27).

Desde la perspectiva **institucional** y de nuevo en aras de la brevedad y extensión prefijadas, nos referiremos a un concepto derivado de una fuente internacional y otra nacional de reconocido prestigio. En cuanto a la primera, es conocida la Comunicación de la **Comisión Europea** (COM, 2016) sobre *Una Agenda para la economía colaborativa* según la cual con esta expresión se hace referencia a aquellos “modelos de negocio en los que se facilitan actividades mediante plataformas colaborativas que crean un mercado abierto para el uso temporal de mercancías o servicios ofrecidos a menudo por particulares” (p.3).

En España, la **Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia** considera que la economía colaborativa

engloba un conjunto heterogéneo y rápidamente cambiante de modos de producción y consumo por el que los agentes comparten, de forma innovadora, activos, bienes o servicios infrautilizados, a cambio o no de un valor monetario, valiéndose para ello de plataformas sociales digitales y, en particular, de internet (CNMC, 2016).

Por otro lado, como avanzábamos al inicio de este epígrafe, son diversos los términos que se han utilizado para referirse, en función del propósito perseguido, a esta misma realidad que es la economía colaborativa, a alguno de los cuales nos referiremos aquí con el objetivo de entenderla mejor y perfilar los límites de la misma. Stokes, Clarence, Anderson y Rinne, (2014), hablan de **consumo colaborativo** o *collaborative consumption*, **producción colaborativa** o *collaborative production*, **aprendizaje colaborativo** o *collaborative learning* o, incluso, de **finanzas colaborativas** o *collaborative finance*, (p. 11).

Siguiendo a los autores citados, el **consumo colaborativo** se refiere a mercados donde se revenden o redistribuyen los bienes desde donde no se necesitan hacia donde sí se desean (v. gr., Furniture Re-use Network), a sistemas de producto y servicio en los que se paga por el acceso a los bienes en lugar de adquirirlos (v. gr., Zipcar, Airbnb, eBay, Uber) y sistemas de vida colaborativa donde se comparten e intercambian activos intangibles, como tiempo, habilidades, y espacio (v. gr., Grub Club, Blablacar).

Por su parte, en la **producción colaborativa** grupos, redes o particulares colaboran en el diseño, producción o distribución de bienes. Así, el diseño colaborativo en el que se trabaja de forma conjunta en el diseño de un producto o servicio, la elaboración colaborativa de productos o proyectos (v. gr., Open Street Map), y la distribución colaborativa en la que se organiza y realiza la distribución de bienes directamente entre particulares (v. gr., Nimmer).

Por lo que respecta al **aprendizaje colaborativo**, se refieren los autores citados al acceso libre y gratuito a cursos, lecturas y contenidos educativos (v. gr., Future Learn, Moocs, Coursera), pero también el ofrecimiento a enseñar o compartir destrezas (v. gr., Skilio), o la aportación pública de conocimientos o de resolución de problemas (v. gr., Wikipedia).

Y por último, en cuanto a las **finanzas colaborativas**, hacen referencia al caso del *crowdfunding* o financiación directa y en masa de un concreto proyecto (v. gr., Space Hive, CrowdCube), o del *peer-to-peer lending*, que conecta a quienes desean invertir con aquellos que necesitan un préstamo (v. gr., Zopa), las *complementary currencies* o monedas alternativas a las de uso legal a las que determinados grupos les reconocen valor a ciertos efectos (v. gr., Economy of Hours, Bristol Pound), y las pólizas de seguros colectivas (v. gr., Bought by Many).

Como vemos, diversas modalidades u opciones que permiten a algunos autores restringir el concepto a la provisión de bienes y servicios entre particulares

(Brescia, 2016), al uso de recursos ociosos (Parlamento Europeo, 2016, p. 5) o “trasladar el foco hacia las micro transacciones, o las transacciones en tiempo real (...) o a los intercambios de bienes y servicios que no exijan desembolso dinerario” (Montero, 2018, p. 5).

Pues bien, a la vista de todo lo expuesto y sin pretender ofrecer un concepto de validez universal, pues no estoy autorizado doctrinalmente para ello, sí diré que **concibo la economía colaborativa**, en sentido parecido a como lo hace la Comisión Europea pero con algunas matizaciones o adendas, como aquella que facilita modelos de negocio, con o sin contraprestación en dinero, a través de plataformas colaborativas, virtuales o físicas (pues no solo hay economía colaborativa en la red, aunque principalmente) para el uso, temporal o definitivo, de mercancías o servicios ofrecidos normalmente por particulares, pero no necesariamente.

Llegados a este punto estamos en disposición de referirnos, como adelantábamos al inicio de este epígrafe, a los actores de la economía colaborativa. En este sentido, tanto la ya mencionada Comisión Europea (2.6.2016) como la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor (11.5.2017) (como se citaron en Martín Moral, 2017) identifican tres niveles de actores o agentes de la economía colaborativa: a) los **prestadores de servicios**: particulares o profesionales que comparten activos, recursos, tiempo o competencias, de forma gratuita o previo pago (...); b) los **usuarios**, que disfrutan de los servicios que ofrecen los prestadores de servicios y c) las **plataformas colaborativas**, aquellas plataformas en línea que actúan como intermediarias, conectando en tiempo real a los prestadores de servicios con los usuarios y facilitando las transacciones entre ellos.

No obstante lo anterior hemos de **resaltar**, pues resulta de interés para el objetivo de este trabajo en relación a su posible responsabilidad penal, que las plataformas colaborativas no son únicamente meras intermediarias sino que como afirma Muñoz (2018), también “funcionan como empresarios cuando cobran una comisión sobre las transacciones entre proveedores y usuarios y proporcionan servicios adicionales de pago o ingresos derivados de la publicidad” (p. 193).

Y no quisiera terminar este apartado sobre precisiones terminológicas y conceptuales sin perfilar aún más los contornos de las plataformas de economía colaborativa, advirtiendo que las mismas son una clase de plataforma electrónica de forma que toda plataforma de economía colaborativa es plataforma electrónica, pero no toda plataforma electrónica es plataforma de la economía colaborativa:

Así encontramos motores de búsqueda en internet (e.g. Google, Bing), herramientas de búsqueda especializadas (e.g. Google shopping, Kelkoo, Twenga, Google local, Trip advisor, Yelp), directorios de empresas basados en geolocalización o mapas (e.g. Google o Bing Maps), agregadores de noticias (e.g. Google News), mercados electrónicos (e.g. Amazon, eBay, Allegro, Booking.com), plataformas audiovisuales o de música (e.g. Deezer, Spotify, Netflix, Canal play, Apple TV), plataformas de compartición de vídeo (e.g.

You Tube, Dailymotion), sistemas de pago (e.g. Pay Pal, Apple pay), redes sociales (e.g. Facebook, LinkedIn, Twitter, Tuenti), tiendas de aplicaciones (e.g. Apple app store, Google play) o **plataformas de economía colaborativa** (e.g. Airbnb, Uber, Taskrabbit, BlaBlaCar) (Comisión Europea, 2015).

Situadas, como era el objetivo de estas primeras páginas, las plataformas colaborativas dentro del amplio espectro de la economía colaborativa es momento entonces de adentrarnos en el principal objetivo de este estudio que no es otro, como ya se anunció, de analizar si su actividad puede o no ser objeto de responsabilidad penal. Pasemos a ello.

3. Plataformas de economía colaborativa y responsabilidad penal. breve referencia a la aplicabilidad del régimen de responsabilidad penal de las personas jurídicas.

Como paso previo para concluir si la actividad de las plataformas de economía colaborativa puede o no ser objeto de responsabilidad penal de acuerdo a nuestro Ordenamiento jurídico, hemos de analizar si tales actividades constituyen un servicio de la sociedad de la información, pues de ello dependerá en buena medida el régimen jurídico que les será de aplicación. En este sentido, debemos atender al concepto de servicio de la sociedad de la información (en adelante SSI) que prestan tres normas fundamentales en este ámbito, concepto que en gran medida es coincidente en todas ellas.

Así, atendiendo a un orden cronológico, 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 (en adelante Directiva 2000/31/CE) se remite en su artículo 2.1 al artículo 1.2 de la **Directiva 98/34/CE** del Parlamento Europeo y del Consejo de 22 de junio de 1998 por la que se establece un procedimiento de información en materia de las normas y reglamentaciones técnicas según el cual es servicio de la sociedad de la información “todo servicio prestado normalmente a cambio de una remuneración, a distancia, por vía electrónica y a petición individual de un destinatario de servicios”.

Por su parte, la **Ley 34/2002** de 11 de julio de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico establece en su Anexo una serie de definiciones y, entre ellas, la de servicios de la sociedad de la información como “todo servicio prestado normalmente a título oneroso, a distancia, por vía electrónica y a petición individual del destinatario” añadiendo que “el concepto de servicio de la sociedad de la información comprende también los servicios no remunerados por sus destinatarios, en la medida que constituya una actividad económica para el prestador de servicios”.

Por último, la **Directiva (UE) 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 la sociedad de la información define los SSI, en idénticos términos que la Directiva 98/34/CE, como “todo servicio prestado normalmente a cambio de una remuneración, a distancia, por vía electrónica y a petición individual de un destinatario de servicios”.

En definitiva, y a la vista de las definiciones normativas expuestas, podemos concluir que **los servicios que prestan las plataformas de economía colaborativa son SSI** pues normalmente son remunerados (aunque no siempre, pero normalmente), a distancia (en el sentido, como también exponen las normas citadas, de que las partes no están presentes simultáneamente), por vía electrónica y a petición individual del destinatario del servicio. A la misma conclusión llega Montero (2018) cuando afirma que “parece claro que los servicios prestados por las plataformas colaborativas son servicios de la sociedad de la información” (p. 18).

Llegados a este punto y sentado que la actividad que desarrollan las plataformas de economía colaborativa es un SSI y que, por tanto, le son aplicables las normas jurídicas mencionadas, debemos investigar si tal régimen jurídico realiza alguna mención específica a su posible responsabilidad penal, teniendo en cuenta no obstante que como claramente señala Montero (2018) **si la plataforma es también titular del servicio principal** “la oferta electrónica y la contratación de dicho servicio principal constituirá un SSI pero el elemento físico del negocio jurídico (p.e. el mero transporte o alojamiento), sin embargo, estaría excluido de la aplicación de la Directiva 2000/31/CE” (p. 19), y por ende de la Ley 34/2002 que traspone aquella Directiva a nuestro ordenamiento, siéndole aplicable un régimen general.

Pues bien, el artículo 13 de la Ley 34/2002 de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico señala que “1. Los prestadores de servicios de la sociedad de la información están sujetos a la responsabilidad civil, **penal** y administrativa establecida con carácter general en el ordenamiento jurídico, sin perjuicio de lo dispuesto en esta Ley. 2. Para determinar la responsabilidad de los prestadores de servicios por el ejercicio de actividades de intermediación, se estará a lo establecido en los artículos siguientes”.

Por tanto, a la vista del precepto transcrito podemos convenir que **la actividad de las plataformas de economía colaborativa, como SSI que es, puede ser objeto de responsabilidad penal**, eso sí, con las especificidades que señalan los artículos siguientes, entendemos 14 a 17, de la mencionada Ley 34/2002. Tales artículos se refieren, respectivamente, a operadores de redes y proveedores de acceso (art. 14), prestadores de servicios que realizan copia temporal de los datos solicitados por los usuarios (art. 15), prestadores de servicios de alojamiento o almacenamiento (art. 16) y prestadores de servicios que faciliten enlaces a contenidos o instrumentos de búsqueda (art. 17).

De todos los artículos citados, según Torres y Jimeno (2018), a las plataformas de economía colaborativa “les podrá resultar aplicable el régimen de

responsabilidad propuesto por el artículo 17” (p. 14) que, a nuestros efectos, puede resultar de interés en relación a, por ejemplo, delitos contra la intimidad o contra el honor, eximiéndoles dicho artículo de responsabilidad por desconocimiento de la ilicitud o lesividad para terceros de la información que facilitan o recomiendan o por actuación diligente para suprimir el acceso a esa información.

Por último y con el fin de cerrar el círculo del régimen jurídico penal aplicable a la actividad de las plataformas de economía colaborativa y teniendo en cuenta que detrás del nombre comercial de muchas de ellas (Wallapop, Blabacar, Airbnb, Uber, etc) se encuentran, obviamente, personas jurídicas⁵³, hemos de concluir que el régimen de responsabilidad penal de éstas instaurado en nuestro Derecho penal desde 2010 sería plenamente aplicable a aquéllas (sin perjuicio de los problemas de extraterritorialidad a los que más adelante se aludirá) por cuanto su ámbito de aplicación personal se extiende, aunque en ningún momento señala el Código penal lo que deba entenderse por persona jurídica, como señala Pereda (2016) a “las sociedades, tanto civiles como mercantiles, las corporaciones, las fundaciones, los partidos políticos, los sindicatos, las asociaciones, etc” (p. 293).

4. Persecución de plataformas con domicilio extranjero. dimensión interna e internacional.

La tradicional cuestión de la aplicación espacial de la ley penal cobra en este campo una importancia capital, pues a nadie se le escapa que el ámbito de actuación de las plataformas de economía colaborativa, la red, permite precisamente como ningún otro que la misma opere desde cualquier lugar del mundo y despliegue sus efectos dañosos en otro u otros muy alejados.

Ante esta realidad debemos preguntarnos, desde nuestra perspectiva:

1º si la normativa española sobre SSI, y por ende el Derecho penal español al que la misma remite como hemos visto (art.13), es de aplicación a tales plataformas y

2º si los Tribunales españoles podrían conocer de los litigios que se pudieran plantear frente a las mismas para depurar responsabilidades penales.

1º. Pues bien, en cuanto a la primera cuestión y a la vista de la normativa expuesta nos encontramos con dos objeciones principales. En primer lugar, como señala Montero (2018) “el punto de partida de la Directiva 2000/31/CE es la definición del principio de que los servicios de la sociedad de la información se regirán por la legislación del Estado de establecimiento del prestador” (p. 20). La propia jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea así lo establece cuando en el Asunto C-161/10, *eDate*, párrafo 57 alude a “someter los servicios de la sociedad de la información en principio al régimen jurídico del Estado miembro en el que está establecido el prestador del servicio”.

⁵³ A modo de ejemplo Comuto S.A con sede en Francia y Comuto Ibérica con sede en España son las sociedades propietarias y vinculadas a Blabacar, tal y como establece la Sentencia 30/2017 del Juzgado de lo Mercantil nº 2 de Madrid, de fecha 2 de febrero de 2017.

Como segunda objeción la propia Ley 34/2002, en cuanto a prestadores de servicios establecidos en otro Estado miembro de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo, establece (art. 3) la aplicación de esta ley únicamente cuando el destinatario de los servicios radique en España y los servicios afecten a determinadas materias como propiedad intelectual o industrial, publicidad por instituciones de inversión colectiva, seguros y contratos con consumidores, principalmente. Del mismo modo, según el artículo 4 de la Ley, a los prestadores establecidos en países que no sean miembros de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo se les reconoce el principio de libre prestación de servicios de acuerdo con lo establecido en los Convenios internacionales que sean de aplicación.

Pues bien, tras la simple lectura de la normativa expuesta observamos como existen espacios que, en principio, escaparían del ámbito de aplicación de la Directiva 2000/31/CE y de la propia Ley 34/2002.

No obstante, creo que existen argumentos jurídicos para salvar esta impunidad y dar cobertura a la posible aplicación de la ley penal española. En este sentido, la propia Directiva 2000/31/CE señala

“que los Estados miembros, de conformidad con las condiciones establecidas en la presente Directiva, pueden aplicar sus normas nacionales sobre Derecho penal y enjuiciamiento criminal con vistas a adoptar todas las medidas de investigación y otras, necesarias para la averiguación y persecución de delitos, sin que sea necesario notificar dichas medidas a la Comisión” (Considerando 26).

Y en coherencia con ello, el artículo 3.4 de la Directiva (al que se refiere expresamente el artículo 8.4 de la Ley 34/2002) establece una serie de restricciones al principio de libre prestación de servicios entre las que se encuentran, precisamente, razones de “orden público, en particular la prevención, investigación, descubrimiento y procesamiento del delito, incluidas la protección de menores y la lucha contra la instigación al odio por motivos de raza, sexo, religión o nacionalidad, así como las violaciones de la dignidad humana de personas individuales” (art. 3.4.a).

2º. La segunda de las cuestiones que nos planteábamos, al inicio del presente epígrafe, hacía referencia a la competencia de los Tribunales españoles para depurar la responsabilidad penal derivada de un posible delito cuyas consecuencias se han sufrido en España y en otros países, pero cuyo origen se sitúa en el país en el que la plataforma tiene su domicilio.

Al respecto, el Pleno no Jurisdiccional de la Sala II del TS en reunión de fecha 3 de febrero de 2005 adoptó el acuerdo según el cual: “el delito se comete en todas las jurisdicciones en las que se haya realizado algún elemento del tipo. En consecuencia, el Juez de cualquiera de ellas que primero haya iniciado las actuaciones procesales, será en principio competente para la instrucción de la causa”.

De esta forma, nuestro Alto Tribunal adopta el **principio de ubicuidad** según el cual el delito se entiende cometido tanto donde tiene lugar la acción como donde se produce el resultado, pues tanto una como otro son elementos del tipo.

Esta doctrina ha sido seguida en los Autos de 4 de noviembre de 2005, 11 de enero de 2008 resolviendo la cuestión de competencia 20386/07 o el auto de 29 de mayo de 2008 resolviendo la cuestión de competencia 20695/07.

Igualmente, el **Auto del Tribunal Supremo de 20 de septiembre de 2006** (recurso 20155/2006), en un supuesto de estafa por internet, resolvió el conflicto negativo de competencia entre el Juzgado de Instrucción de Getxo (domicilio del estafado) y el de Zaragoza (domicilio del estafador) en favor de aquél, complementando el principio de ubicuidad con el de facilidad en la investigación al establecer que “De acuerdo con el principio de ubicuidad antes citado y partiendo de que ambos pueden ser competentes hay que operar con el principio de la facilitación de la investigación criminal, estimando en principio competente aquel en el que la instrucción puede llevarse con más facilidad o el que inició las investigaciones. Ambos criterios nos conducen a estimar competente al Juzgado de Instrucción nº 5 de Getxo porque es allí donde vive la víctima y donde más fácilmente puede ser atendida su queja y asimismo porque es el primer Juzgado que inició la investigación”.

Más recientemente, el **Auto del TS de 12 de enero de 2012** (recurso 20591/2011) atribuyó la competencia, en base al principio de ubicuidad, al Juzgado en el que se habían iniciado las actuaciones (lugar del domicilio del tercer denunciante y ofendido y lugar donde se reciben las ofensas). Estableció, en su fundamento jurídico segundo, que “el criterio de que en los delitos cometidos a través de internet serán competentes los juzgados en los que se haya introducido en la red los contenidos delictivos, se refiere a los delitos de pornografía infantil, pero siempre ha sido matizada cuando nos encontramos con delitos de diferente naturaleza como en el caso que nos ocupa de las injurias ya sea vía internet o telefónica, al igual que en el caso de los daños informáticos, delito de resultado que no se comete desde donde se lanza el ataque sino donde se produce los daños, se destruye el sistema operativo o se contaminan los archivos”.

A **modo de conclusión** podemos afirmar, en relación a la segunda de las preguntas planteadas en este epígrafe, que el Juzgado competente para instruir será el primero que haya iniciado las actuaciones de entre cualquiera en los que haya tenido lugar la acción o se haya producido el resultado (**principio de ubicuidad**) si bien ello complementado con el **principio de facilidad en la investigación** (que puede serlo aquél donde más afectados haya, pero también aquél donde el autor o autores tienen su domicilio, lo que deberá valorar el Juez en cada momento).

Por su parte el competente para juzgar será obviamente, aplicando las reglas generales de competencia objetiva, el Juzgado de lo Penal o la Audiencia Provincial (siempre que el asunto no reúna la dimensión necesaria para atribuir la competencia a

la Audiencia Nacional, ex art. 65 Ley Orgánica del Poder Judicial) de la jurisdicción del juzgado instructor.

No obstante hemos de reparar que lo expuesto hasta el momento son criterios aplicables en asuntos internos que, por ende, difícilmente responden a la **dimensión internacional** que, precisamente, conformará un altísimo porcentaje de supuestos en el ámbito que estamos analizando de la responsabilidad penal de las plataformas de economía colaborativa. ¿Cómo se resuelve la cuestión, por tanto, en el ámbito internacional?, ¿pueden los Juzgados y Tribunales españoles conocer de un posible delito cuyas consecuencias se han sufrido en España, incluso también en otros países, pero cuyo origen se sitúa en el país en el que la plataforma tiene su domicilio?

Pues bien, existen al respecto diversos instrumentos internacionales. Comenzaremos aludiendo, por ser el más amplio espacialmente, con el **Convenio del Consejo de Europa sobre el Cibercrimen**, hecho en Budapest el 23 de noviembre de 2011 y que engloba a los 47 Estados miembros del Consejo (entre ellos España) más Estados Unidos, República Dominicana, Panamá, Canadá, Chile, Costa Rica y Argentina.

El artículo 22 del mencionado Convenio, si bien establece como criterios de atribución de competencia uno territorial (art. 22.a-c) y otro personal (art. 22.d)⁵⁴, no aclara en ningún pasaje de su articulado cuándo se entiende que un delito se *ha cometido* en el territorio de un Estado, si en el lugar donde surge la actividad o donde se produce el daño, pero es que además resuelve de forma muy poco satisfactoria la cuestión que nos ocupa es decir, los posibles conflictos de jurisdicción, limitándose a señalar que “Cuando varias Partes reivindiquen su jurisdicción respecto de un presunto delito contemplado en el presente Convenio, las Partes interesadas celebrarán consultas, siempre que sea oportuno, con miras a determinar cuál es la jurisdicción más adecuada para las actuaciones penales”(art. 22.5). Como decíamos, resuelve de manera muy poco satisfactoria el problema siendo reclamable, por tanto, mayor precisión en aras de una deseable seguridad jurídica.

En el ámbito más restringido de la Unión Europea hemos de mencionar, en primer lugar, la **Decisión Marco 2009/948/JAI** sobre la prevención y resolución de conflictos de ejercicio de jurisdicción en los procesos penales. Tras la simple lectura de su denominación se albergan esperanzas en cuanto a su utilidad para resolver el problema que nos ocupa, pero tales esperanzas se desvanecen al comprobar que la solución que ofrece su artículo 12.2 pasa por meras consultas entre los Estados implicados para llegar a un acuerdo y, en su defecto, encomienda a Eurojust la tarea

⁵⁴ **Artículo 22:** cada Parte adoptará las medidas legislativas y de otro tipo que resulten necesarias para afirmar su jurisdicción respecto de cualquier delito previsto con arreglo a los artículos 2 a 11 del presente Convenio, siempre que se haya cometido:

- a) en su territorio; o
- b) a bordo de un buque que enarbore pabellón de dicha Parte; o
- c) a bordo de una aeronave matriculada según las leyes de dicha Parte; o
- d) por uno de sus nacionales, si el delito es susceptible de sanción penal en el lugar en el que se cometió o si ningún Estado tiene competencia territorial respecto del mismo.

cuya decisión, por otro lado, “no será vinculante” (art. 7.b.2 de la Decisión Marco 2002/187/JAI por la que se crea Eurojust para reforzar la lucha contra las formas graves de delincuencia, modificada por la Decisión 2009/426/JAI).

Y el Informe anual de Eurojust del año 2003 atribuye competencia indistintamente, sin ninguna prioridad, según el criterio de la acción o el criterio del resultado, por lo que ante el más que probable conflicto de jurisdicción entre Estados favorecidos por uno u otro criterio ofrece otros, pero sin carácter vinculante y sin establecer tampoco prioridad entre ellos (ORTIZ, 2016).

Por último, dentro de los instrumentos internacionales a los que nos estamos refiriendo, hemos de mencionar la **Directiva 2013/40/UE** del Parlamento y del Consejo relativa a los ataques contra los sistemas de información cuyo objeto

es establecer normas mínimas relativas a la definición de las infracciones penales y a las sanciones aplicables en el ámbito de los ataques contra los sistemas de información (...) y facilitar la prevención de dichas infracciones y la mejora de la cooperación entre las autoridades judiciales y otras autoridades competentes (art.1).

Sin embargo, al igual que hemos visto en los instrumentos anteriores, la Directiva no realiza ni una sola mención a los posibles conflictos de jurisdicción y únicamente, en su considerando 27, lo confía todo a la Decisión Marco 2009/948/JAI que, como hemos visto, no resuelve el problema de forma satisfactoria.

Ante este desolador panorama y no obstante la extrema complejidad jurídica del problema, que exigiría un monográfico que excedería con mucho el objeto y extensión de este trabajo, no quiero terminar sin **proponer**, al menos brevemente, unas directrices que, a mi juicio, deberían orientar la resolución de los conflictos internacionales de jurisdicción penal.

Así, *en primer lugar*, debe huirse de la creación de un órgano supranacional no judicial que dirima el conflicto (al estilo de Eurojust), pues creo que, en caso de tener que existir, debe serlo de carácter jurisdiccional, dada la especialidad del tema y la posible afectación a derechos fundamentales. Pero además tampoco creo que sea conveniente la creación de un órgano supranacional judicial, teniendo en cuenta los problemas que suscitó la creación en su momento de la Corte Penal Internacional y la sobrecarga que supondría concentrar en un solo órgano la ingente cantidad de delitos de carácter transnacional.

Por ello, *en segundo lugar*, debe apostarse por criterios claramente jerarquizados contenidos en los correspondientes instrumentos internacionales y que otorguen competencia, de forma clara y directa, a alguna jurisdicción.

En tercer lugar, la jerarquización de tales criterios es tarea extremadamente complicada, como demuestra el hecho de que ninguno de los instrumentos

internacionales analizados se haya “atrevido” a establecerla⁵⁵. No obstante, consideramos que tales criterios no deben centrarse tanto en cuestiones procesales, que pueden estar resueltas por Convenios sobre cooperación judicial (sobre todo relacionados con cuestiones probatorias), sino que deben atender prioritariamente a la tutela de los derechos de los justiciables y al respeto a un proceso penal con todas las garantías.

En este sentido, creemos que debe enfocarse la competencia hacia el origen del hecho delictivo (teoría de la acción) pues normalmente coincidirá con la nacionalidad del autor o, en mayor medida, con su domicilio o residencia, y porque si asumiésemos la teoría del resultado el elevado número de posibles víctimas del delito multiplicaría de nuevo los países con competencia sobre el asunto. Ahora bien, todo ello sin olvidar los elevados costes procesales que podrían generarse a las víctimas, lo que podría evitarse o reducirse con el impulso y la interposición de las correspondientes acciones penales por el Ministerio Público del país competente y no exigir presencia física en el foro, entre otras cuestiones.

5. Conclusiones

1. Tras el análisis de diversos conceptos doctrinales e institucionales, concebimos la **economía colaborativa** como aquella que facilita modelos de negocio, con o sin contraprestación en dinero, a través de plataformas colaborativas, virtuales o físicas (pues no solo hay economía colaborativa en la red, aunque principalmente) para el uso, temporal o definitivo, de mercancías o servicios ofrecidos normalmente por particulares, pero no necesariamente.

2. Son **actores de la economía colaborativa** los prestadores de servicios (profesionales o particulares), los usuarios y las plataformas colaborativas, que normalmente actúan como intermediarias entre aquellos, si bien en no pocas ocasiones también funcionan como empresarios cuando cobran una comisión sobre las transacciones entre proveedores y usuarios y proporcionan servicios adicionales de pago o ingresos derivados de la publicidad.

I

3. Perfilando aún más los contornos de las plataformas de economía colaborativa hemos de concluir que todas ellas son plataformas electrónicas, pero no toda plataforma electrónica es plataforma de la economía colaborativa.

4. Los servicios que prestan las **plataforma de economía colaborativa son servicios de la sociedad de la información (SSI)** pues cumplen los caracteres

⁵⁵ Únicamente (seuo) soy conocedor de unos criterios jerarquizados en la Propuesta de Stanford de un Convenio Internacional sobre el Cibercrimen y el Terrorismo del año 2000 y que alude: 1º al país en el que se encuentre físicamente el autor al realizar la conducta prohibida, 2º al país en el que se produjera el principal daño, 3º al país de la nacionalidad del autor, 4º al país donde fuera encontrado el autor y 5º a cualquier país con vínculos con el asunto.

enumerados en la normativa europea e interna sobre SSI, ya que normalmente son remunerados (aunque no siempre, pero normalmente), a distancia (en el sentido, como también exponen las normas citadas, de que las partes no están presentes simultáneamente), por vía electrónica y a petición individual del destinatario del servicio.

5. A la vista del artículo 13 de la Ley 34/2002 podemos convenir que la **actividad de las plataformas de economía colaborativa**, como SSI que es, **está sujeta a responsabilidad penal** general con la especificidad concreta establecida en el artículo 17 de la mencionada Ley (aplicable propiamente a las plataformas colaborativas) y que, a nuestros efectos, puede resultar de interés en relación a, por ejemplo, delitos contra la intimidad o contra el honor, eximiéndoles dicho artículo de responsabilidad por desconocimiento de la ilicitud o lesividad para terceros de la información que facilitan o recomiendan o por actuación diligente para suprimir el acceso a esa información.

6. Si la plataforma es también titular del servicio principal, tal servicio principal o elemento físico del negocio jurídico (p.e, el propio transporte o alojamiento), estaría excluido de la normativa sobre SSI siéndole aplicable un régimen general penal, civil y administrativo sin mayores especificidades.

7. Teniendo en cuenta que detrás del nombre comercial de muchas de las plataformas de economía colaborativa se encuentran, obviamente, personas jurídicas, hemos de concluir que el **régimen de responsabilidad penal** de éstas instaurado en nuestro Derecho penal desde 2010 les sería **plenamente aplicable**.

8. No obstante la posible responsabilidad penal de las **plataformas de economía colaborativa**, teniendo en cuenta que en no pocas ocasiones las mismas tendrán su **domicilio en el extranjero**, es importante **conocer si el Derecho penal español sería aplicable para depurar tal responsabilidad** pudiendo concluir a priori que, a la vista de la Directiva 2000/31/CE y de la propia Ley 34/2002, existen espacios que escaparían de su ámbito de aplicación. Sin embargo, el considerando 26 y el artículo 3.4 de la Directiva así como el 8.4 de la Ley avalan una **respuesta afirmativa** a esta importante cuestión.

9. Relacionado con lo expuesto en la conclusión precedente mayor importancia tiene, si cabe, determinar si los Tribunales españoles podrían conocer de los litigios que se pudieran plantear frente a tales plataformas cuando tienen su domicilio en el extranjero y/o los resultados del hecho delictivo se han manifestado en diversos países, entre ellos España, dando lugar al llamado **conflicto internacional de jurisdicciones**. En este sentido, la lectura de relevantes instrumentos internacionales al respecto resulta **decepcionante**, por cuanto no ofrecen soluciones decididas sino más bien confusas e inseguras jurídicamente.

10. Ante la situación descrita, creemos que pueden proponerse como **directrices orientadoras** para resolver los conflictos internacionales de jurisdicción las siguientes: prescindir de un órgano supranacional que dirima los conflictos o de un órgano del mismo carácter que asuma la competencia, apostando por criterios claramente jerarquizados contenidos en instrumentos internacionales y que otorguen competencia, de forma clara y directa, a alguna jurisdicción nacional. Tales criterios deberían atender prioritariamente a la tutela de los derechos de los justiciables y al respeto a un proceso penal con todas las garantías.

11. En coherencia con la premisa anterior, debiera enfocarse la competencia hacia el origen del hecho delictivo (teoría de la acción) y no tanto al resultado pues, entre otras razones, el elevado número de posibles víctimas del delito multiplicaría de nuevo los países con competencia sobre el asunto.

Ante los importantes costes procesales que podrían generarse a las víctimas con la propuesta anterior, creemos que ello podría evitarse o reducirse con el impulso y la interposición de las correspondientes acciones penales por el Ministerio Público del país competente y no exigir presencia física de las víctimas en el foro.

Referencias

- Alfonso Sánchez, R. (2016). Aproximación jurídica a la economía colaborativa: diferentes realidades. *Cuadernos de Derecho y Comercio*, 66, 13-73.
- Brescia, R. (2016). Regulating the Sharing Economy: New and Old Insights into an Oversight Regime for the Peer-to-peer Economy. *Nebraska Law Review*, 95 (1), 87.
- Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor (2017): *Proyecto de Informe sobre una Agenda Europea para la economía colaborativa* (11.5.2017). Recuperado de <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//ep//text+report+a8-2017-0195+0+doc+xml+v0//ES>
- Comisión Europea (2015): *Public consultation on the regulatory environment for platforms, online intermediaries, data and cloud computing and the collaborative economy* (24.9.2015)
- Comisión Europea (2016): *Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo al Comité Económico y Social europeo y al Comité de las Regiones* (356 final, Bruselas 2.6.2016). Recuperado de <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/.../renditions/native>
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2016): *Conclusiones preliminares sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía*

colaborativa. Recuperado de http://ka-au.net/wp-content/uploads/2017/01/05.cnmc_government_pro_sp.pdf

Decisión 2009/426/JAI por la que se refuerza Eurojust y se modifica la Decisión 2002/187/JAI. *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*, nº L 138/14, 2008, 16 de diciembre.

Decisión Marco 2002/187/JAI por la que se crea Eurojust para reforzar la lucha contra las formas graves de delincuencia. *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*, nº L 63/1, 2002, 28 de febrero.

Decisión Marco 2009/948/JAI sobre la prevención y resolución de conflictos de ejercicio de jurisdicción en los procesos penales. *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*, nº L 328/42, 2009, 15 de diciembre.

Directiva 98/34/CE del Parlamento Europeo y del Consejo por la que se establece un procedimiento de información en materia de las normas y reglamentaciones técnicas. *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*, nº L 204, 1998, 21 de julio.

Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior. *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*, nº. 178, 2000, 17 de julio.

Directiva 2013/40/UE del Parlamento y del Consejo relativa a los ataques contra los sistemas de información. *Diario Oficial de la Unión Europea*, L 218/8, 2013, 14 de agosto.

Directiva (UE) 2015/1535 del Parlamento Europeo y del Consejo por la que se establece un procedimiento de información en materia de reglamentaciones técnicas y de reglas relativas a los servicios de la sociedad de la información. *Diario Oficial de la Unión Europea*, nº. L 241, 2015, 17 de septiembre.

Gansky, L. (2010). *The Mesh. Why the future of business is sharing*. Londres: Penguin Books Ltd.

Instrumento de ratificación del Convenio sobre la Ciberdelincuencia hecho en Budapest el 23 de noviembre de 2001. *Boletín Oficial del Estado*, nº 226, 2010, 17 de septiembre.

Ley 34/2002 de 11 de julio de servicios de la sociedad de la información y del comercio electrónico. *Boletín Oficial del Estado*, nº 166, 2002, 12 de julio.

Martín Moral, M^a. F. (2017). Economía colaborativa y protección del consumidor. *Revista de estudios europeos*, 70 (julio-diciembre), 185-202.

Montero Pascual, J. J. (2018). El régimen jurídico de las plataformas colaborativas. En J. J. Montero Pascual (coord), *La regulación de la economía colaborativa: Airbnb, BlaBlaCar, Uber y otras plataformas* (pp. 87-124). Valencia: Tirant lo Blanch.

Muñoz Pérez, A. F. (2018). Economía colaborativa y consumidores. En J. J. Montero Pascual (coord), *La regulación de la economía colaborativa: Airbnb, BlaBlaCar, Uber y otras plataformas* (p. 193). Valencia: Tirant lo Blanch.

Ortiz Pradillo, J. C. (mayo de 2016). *Determinación de la jurisdicción y competencia para la investigación y enjuiciamiento de los daños informáticos, ponencia llevada a cabo en el curso "Los delitos de daños informáticos"*. Madrid: Centro de Estudios Jurídicos del Ministerio de Justicia,

Parlamento Europeo (2016). *The cost of Non-Europe in the Sharing Economy*. Recuperado [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)

Pereda Soriano, O. (2016). Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas, administradores y directivos. Consideraciones sobre la Tecnología de la Información. *Revista del Instituto de Estudios Económicos*, 1-2, 387-419.

Stokes, K., Clarence, E., Anderson, L., Rinne, A. (2014). *Making sense of the UK collaborative economy*. Londres: Nesta. Recuperado de https://media.nesta.org.uk/documents/making_sense_of_the_uk_collaborative_economy_14.pdf

Torres Benito, E., y Jimeno Muñoz, J. (2018), La responsabilidad derivada de las plataformas de economía colaborativa. *Revista de Responsabilidad Civil, Circulación y Seguro*, 3, 6-20.

VI

ECONOMÍA COLABORATIVA-DIGITAL: IMPLICACIONES ÉTICAS

María Peana Chivite Cebolla.

1. Introducción

En la actualidad, las entidades denominadas de economía colaborativa están teniendo un importante crecimiento en la sociedad, llegando incluso a convertirse en grandes multinacionales con cotización en bolsa, como es el caso de ebay. Esto supone una llamada a analizar esta realidad desde muchos aspectos, pero también desde la responsabilidad que tienen estas entidades con la sociedad y más allá, desde su responsabilidad ética. Al igual que ha sido una preocupación, por parte de la comunidad científica, la ética empresarial, lo es la implicación ética de esta realidad económica, que está tomando cada vez más fuerza.

Por ello, el objetivo del presente trabajo es analizar si las empresas de economía colaborativa están concienciadas de su responsabilidad ética con la sociedad, y por ende lo transmiten. Tras definir qué se entiende por ética y responsabilidad social, se hará una revisión de parte de la bibliografía existente sobre el tema. Posteriormente y sobre una base de 278 empresas de economía colaborativa, se realizará un estudio tomando como muestra 50 de dichas empresas. Sobre esta base se pretenderá medir el nivel de comunicación que las mismas hacen de su implicación ética. Los resultados no son nada favorables, y suponen una llamada a seguir trabajando en este campo.

2. Marco conceptual y teórico

Para poder entender las implicaciones éticas de la llamada Economía Colaborativa-Digital, debemos definir previamente qué se entiende por ética.

Si acudimos como primera aproximación a la Real Academia Española (RAE) (2018) encontramos que por ética en su segunda acepción indica, “*Recto, conforme a la moral*”. Y en su cuarta y quinta señala “*4. f. Conjunto de normas morales que rigen la conducta de la persona en cualquier ámbito de la vida. Ética profesional, cívica, deportiva. 5. f. Parte de la filosofía que trata del bien y del fundamento de sus valores.*”

Entendemos por tanto que un comportamiento ético implica la aceptación y seguimiento de unas normas morales también en el ámbito profesional que es el que

nos ocupa. Pero ciertamente hay entonces que aclarar qué es la moral y cuáles son esas normas morales que deben regir nuestra conducta.

Según la RAE (2018), se entiende por moral: “1. adj. Perteneciente o relativo a las acciones de las personas, desde el punto de vista de su obrar en relación con el bien o el mal y en función de su vida individual y, sobre todo, colectiva”

Es por tanto que la ética implica la aceptación y seguimiento de normas morales, y estas se refieren a las acciones de las personas, en cuanto a su forma de obrar desde el bien y el mal y no solo de forma individual sino sobre todo colectiva. Ciertamente la actividad económica se encuentra por ello afectada. Así la literatura en este ámbito también es muy extensa, y se puede acudir a artículos o manuales en donde se hace especial referencia a la ética en los negocios, empresarial o económica. (Andrews, 1989; Beauchamp, et al, 2004; Cortina, 2009, Diaz Mier, 2005; LOZANO, 2007; entre otros muchos) A modo de ejemplo y al respecto citando a Argandoña (2014)

“La ética no es un añadido para directivos concienciado en empresas con éxito, sino una necesidad, porque forma parte de la tarea misma de dirigir... la ética es necesaria: porque proporciona ventajas potencialmente importantes, pero, sobre todo, porque hace posible la coherencia de las acciones del directivo en el tiempo, en una organización humana”

Por otro lado, Cortina (2009), citando a Sen (2000)

“Sin embargo, ni las leyes pueden regular todas las relaciones humanas, ni existe el juez omnipotente, capaz de conocer y condenar las infracciones. Es indispensable el ethos, las costumbres que componen el carácter de la empresa y no necesitan justificarse a cada momento; la obiedad de que el éxito económico – como recuerda A. Sen – depende de la tecnología, la iniciativa privada, las habilidades, el liderazgo, las políticas comerciales, la eficacia de los sistemas financieros, las políticas públicas, pero también, y muy especialmente, de una ética empresarial que garantiza el cumplimiento cotidiano de los convenios con los trabajadores, los accionistas, los directivos, los proveedores, los clientes y las instituciones públicas, infundiendo confianza”

Es por tanto que la economía colaborativa, en tanto en cuanto es también una organización humana, en muchos casos materializada como empresa, debe aplicar y considerar la ética en su quehacer diario, en tanto en cuanto es clave, como señala Cortina o Sen, para la confianza y el éxito económico. Yendo más allá de las leyes.

También los organismos públicos y estatales presentan su preocupación por la ética en las empresas. Un ejemplo de ello son los llamados Informes Olivencia y Aldama.

En el caso de la Comisión especial para el estudio de un código ético de los consejos de administración de las sociedades (Comisión Olivencia, 1998), este fue

promovida por el Consejo de Ministros a propuesta del Vicepresidente Segundo del Gobierno y Ministro de Economía y Hacienda, dentro del marco de las reformas estructurales en el ámbito empresarial.

Otro ejemplo de una asociación preocupada por estos temas es la *European Business Ethics Network (EBEN)*

“EBEN-España es la marca de “Ética, Economía y Dirección. Asociación Española de Ética de la Economía y de las Organizaciones”. Desde sus inicios EBEN-España es la rama española de la European Business Ethics Network (EBEN), una asociación de ámbito europeo creada en 1987 para promover el estudio y la aplicación de la ética en el ámbito de las organizaciones, los negocios y la economía.”

Otras organizaciones en línea con la ética de los negocios, empresarial o económica son: European Business Ethics Network, Society for Business Ethics, International Society of Business, Economics, and Ethics (ISBEE), Cátedra Cultura y Ética Directiva y Empresarial (CEDE), Cátedra de Ética Empresarial y de los Negocios – IESE, Cátedra de Ética y Pensamiento Cristiano, Cátedra de Ética económica y empresarial – Universidad Pontificia de Comillas, Cátedra ETHOS (Universitat Ramon Llull), Cátedra de ética empresarial IECO – UV, Compromiso RSE, ECRI Ethics in Finance & Social Value, Forética |Liderazgo responsable, Fundacion Étnor | Ética de los negocios y las organizaciones, IECO (Instituto para la Ética en la Comunicación y las Organizaciones), Profesionales por la ética, etc.

Entre estos organismos encontramos algunos que hacen referencia a la Responsabilidad social empresarial (RSE) o corporativa (RSC). Ya Cortina (2009) señala la Responsabilidad Social Corporativa como una dimensión de la Ética Empresarial. Y en esta misma línea se encuentran trabajos que priorizan la necesidad de una ética en las organizaciones, y cómo la RSC estará dentro de este ámbito. Entre ellos: Cortina Orts. (1994); Costa (2008); E. Shafer y Simmons. (2008); Ibrahim, Angelidis y Howard. (2006).

Respecto de la RSC el libro verde de la comisión de la UE en 2001 dice:

“La mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.

Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo «más» en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores...” (p.7)

Es complementario por tanto analizar esta realidad dentro de la economía colaborativa como una manifestación de la ética empresarial, y que será incluida en el análisis posterior.

Parece por tanto claro que la ética está intrínsecamente relacionada con el ámbito económico y empresarial, y por tanto lo debe estar con lo que se ha dado en llamar economía colaborativa⁵⁶.

3. Estado de la cuestión e hipótesis de trabajo.

Las implicaciones éticas en el mundo empresarial son una realidad, y como se ha señalado en el apartado anterior no solo los artículos sino las organizaciones que tratan de velar por la misma son considerables. En esta línea también se encuentran artículos que han tratado de analizar la implicación concreta de la ética en la empresa. Un ejemplo de ello lo encontramos en la investigación realizada por Melé, D., Garriga, E., & Guillén, M. (2000) para el caso español. Estos autores en su trabajo titulado, “Políticas de Ética Empresarial en las 500 mayores empresas españolas” analizan como las empresas formalizan dichas políticas en algún documento escrito, en los cuales se hagan referencia expresa al comportamiento ético de la misma, bien sea en códigos de conducta o en la propia misión y visión de la empresa cuando esta incluya los valores éticos. En su estudio muestran como el 71% de las empresas encuestadas presentaba un documento formal con aspectos de ética empresarial, advirtiéndose una creciente implantación de este tipo de documentos. Siendo que la Banca, empresas de gran consumo, servicios, telecomunicaciones e informática las que tienen una mayor medida.

La economía colaborativa, en este sentido, también ha suscitado el debate en la sociedad, lo cual ha dado lugar a artículos y trabajos que tratan de analizar esta nueva forma de relación empresarial con la ética. De entre ellos cabe señalar algunos que tratan de aproximarse a esta relación.

El trabajo presentado por Ganapati y Reddick, (2018) concluye que la economía colaborativa tiene sus ventajas e inconvenientes, y que debe ser analizada desde la administración pública para una posible regulación específica. Pero ciertamente estas plataformas que tienen su base en la tecnología de Internet, tienen y aporta muchas ventajas a la sociedad. Entre ellas la reducción del desperdicio y eficiencia en el uso de los activos, llegando a señalar, estos autores, que la posibilidad de compartir equipos, vehículos y espacio pueden ser una opción interesante para la administración pública en el caso de situaciones de emergencia. Ciertamente esta forma de negocio, señalan, tienen sus detractores entre grupos establecidos y bien establecidos, como son los sindicatos de taxis y hoteles, cuyos negocios se ven afectados por la economía colaborativa. Así señalan cómo a medida que la economía colaborativa está evolucionando rápidamente, las agencias del sector público tendrían que lidiar con las desventajas. Los casos “de servicios de movilidad, alojamiento compartido y trabajo en grupo muestran la paradoja de regular la economía compartida.”

⁵⁶ Aunque pareciera conveniente definir en este apartado qué es la economía colaborativa, dado que el capítulo primero de este libro se ha dedicado expresamente a ello, no se ha considerado necesario.

Por otro lado, autores como Laamanen et al (2018) en su trabajo presentan la *economía del intercambio desde una perspectiva de "moral householding" "hogar moral"* y evalúan las justificaciones morales para una economía colaborativa sostenible. Consideran que hay justificaciones morales para esta realidad en contra de las desventajas de un capitalismo neoliberal. Acaban concluyendo que la economía colaborativa es más sostenible y justa.

Ciertamente, aunque hay artículos que analizan el tema, lo hacen desde una perspectiva externa, es decir, no se han encontrado artículos que analicen si las propias entidades tienen la conciencia clara de su responsabilidad ética, más bien estos artículos lo hacen desde la perspectiva de la justicia, sostenibilidad o ventajas para la sociedad. Así, al no encontrarse ningún trabajo similar al realizado por Melé, D., Garriga, E., & Guillén, M. (2000) para la economía colaborativa se considera que es interesante, y podría ser una aportación, ver si las empresas u organizaciones, englobadas dentro de la llamada *economía colaborativa* presentan, al igual que lo hicieron el 71% de las 500 mayores empresas españolas, códigos éticos de conducta, o similares.

Para ello se va a trabajar con cuatro variables complementarias. En primer lugar, se buscará si estas entidades hacen referencia explícita a la ética. En segundo lugar, se tomará la RSE como una dimensión de la ética empresarial, según se veía, y por tanto también será considerada como un medidor de esta realidad. Finalmente, de modo complementario se analizarán otras dos variables, en primer lugar, si explícitamente señalan cuál es su misión como empresa, medida que se considera importante de cara a la transparencia por parte de la empresa, y por tanto como primer paso de responsabilidad ética. Y finalmente si tienen Política de Privacidad, en atención a las últimas legislaciones en tema de protección de datos de muchos países. Se entiende que una empresa u organización debe cumplir la ley, y en esta línea las recientes leyes de protección de datos deben llevar a las empresas a presentar "políticas de privacidad" por tanto la mayoría de las mismas deberían tener este apartado en vigor.

Las hipótesis que se formulan son, que si bien se espera que presenten apartados donde expliquen su misión y tengan sus políticas de privacidad de forma clara, no así con el apartado de la ética o la RSC. Ciertamente las empresas mayores y más consolidadas son las que cuidan más de apartados que van más allá de la legislación (Chivite et al, 2014, entre otros), y esta nueva realidad, aunque presenta alguna empresa consolidada, no son los son en su mayoría.

Lo que se quiere plantear a través de esta revisión es que, si estos organismos tienen una preocupación real por la ética en su negocio, lo manifestarán. En caso contrario se presupone que no le dan la importancia suficiente, puesto que ni siquiera hacen mención a la misma, que es lo que se prevé puede pasar.

4. Análisis

Son muchas las empresas que actualmente se incluyen dentro de la llamada *economía colaborativa*. En la Tabla 1, se muestra un ejemplo de estas según distintas clasificaciones. Como se ha señalado, la mayoría de ellas cuentan con el soporte de internet para realizar su desarrollo.

Categoría	Sub-categoría	Plataforma
Analytics and Reputation	Driver Services	Ridescout (www.ridescout.com), What's the Fare (www.whatsthefare.com/)
	Identity and Reputation	eRated (www.erated.co), HireRight (www.hireright.com/), Karma (havekarma.com), Onfido (onfido.com/us), Traity (traity.com/), TrustCloud (trustcloud.com), Veridu (veridu.com), Vijilent (www.vijilent.com)
	Renter Services	Beyond Pricing (beyondpricing.com/), Everbooked (www.everbooked.com/), Kigo (RateCoaster) (kigo.net/), Smart Host (vr.smarthost.me/)
Corporations & Organizations	Employee Services	Slice Rides (www.slicerides.com), Twogo (www.twogo.com)
	Platforms	Button (www.usebutton.com), Cloud Commerce Factory (www.cloudcommercefactory.com/), CrowdTap (home.crowdtap.com/), eYeka (en.eyeka.com/), Innoverne (www.innoverne.com/), Juggernaut (nextjuggernaut.com), Marketplacer (marketplacer.com/), Mila (www.mila.com/), Nearme (near-me.com), Sharetribe (www.sharetribe.com/), Tilt (www.tilt.com)
	Supply Chain	Cargomatic (www.cargomatic.com), LocalMotion (www.getlocalmotion.com), WoNoLo (wonolo.com)
Food	Food Delivery	Farmigo (www.farmigo.com/), GrubMarket (www.grubmarket.com/), Saucey (sauceyapp.com/), SpoonRocket (www.spoonrocket.com/), Sprig (www.sprig.com/), UberEats (ubereats.com/eats/sf/)
	Shared Food	Bon Appétour (www.bonappetour.com/), Eatwith (www.eatwith.com), Feastly (eatfeastly.com), Leftoverswap (leftoverswap.com), Mealsharing (www.mealsharing.com), Vizeat (www.vizeat.com)
	Shared Food Prep	Bamraiser (www.bamraiser.us/), Kitchen Surfing (www.kitchensurfing.com), Kitchit (www.kitchit.com), Munchery (munchery.com), Rub & Stub (spisrubogstub.dk/en/), The Food Assembly (laruchequiditoui.fr/en)
Goods	Loaner Products	Bagborrowsteal (www.bagborrowsteal.com), Hey, Neighbor! (web.heyneighbor.chat/), Open Shed (www.openshed.com.au/), Peerby (www.peerby.com/), Pley (www.pley.com), RentTheRunway (www.renttherunway.com), Rocksbox (www.rocksbox.com)
	Maker Movement	Brit + Co (www.brit.co/), CustomMade (www.custommade.com), Etsy (www.etsy.com), Make (makezine.com/), Maker's Row (makersrow.com/), Shapeways (www.shapeways.com), Techshop (techshop.ws), The Grommet (www.thegrommet.com)

	Pre-Owned Goods	Craigslist (sfbay.craigslist.org), Ebay (www.ebay.com), Kijiji (www.kijiji.ca), Moveloot (www.moveloot.com), OfferUp (offerupnow.com), Poshmark (poshmark.com), TradeMe (www.trademe.co.nz), Wallapop (us.wallapop.com), WarplIt (www.warp-it.co.uk), Yerdle (yerdle.com)
Health	P2P	Bemyeyes (www.bemyeyes.org/), CoHealo (cohealo.com), Crowdmed (www.crowdmed.com/), Helparound (helparound.co)
	Services	Curbside Care (www.curbsidecare.co/), Dispatch Health (www.dispatchhealth.com/), Doctor on Demand (www.doctorondemand.com/), Eaze (www.eazeup.com), Heal (getheal.com), Medicast (www.medicast.co), Medneo (medneo.de), MedZed (www.mymedzed.com/), Pager (pager.com/), RetraceHealth (retracehealth.com/), Stat (signup.stat.com)
Learning	Book sharing	Chegg (www.chegg.com), Sidewalk (www.gosidewalk.com/), Zookal (www.zookal.com/)
	Instructor-Led	Coursera (www.coursera.org), Khan Academy (www.khanacademy.org), SimpliLearn (www.simplilearn.com), Thinkful (www.thinkful.com/), Udacity (www.udacity.com), Udemy (udemy.com/about/)
	Peer-to-Peer	Gibbon (gibbon.co), Instructables (www.instructables.com), Maven (www.maven.co), P2P University (p2pu.org/en/), Sharing Academy (sharingacademy.com), Skillshare (www.skillshare.com), uTest (www.utest.com/)
Logistics	Local Delivery	Deliv (www.deliv.co), Favor (favordelivery.com/), Ghosttruck (www.ghosttruck.com), Instacart (www.instacart.com), Kanga (getkanga.com), Lugg (lugg.com/), Postmates (postmates.com), Shadowfax (shadowfax.in/), UberRUSH (blog.uber.com/RUSH)
	Shipping	BellHops (getbellhops.com), Nimber (www.nimber.com), PiggyBee (piggybee.com), Roadie (www.roadie.com/), Sheaply (sheaply.com/eng/pages/display/home), Shipster (shipster.co), Shyp (www.shyp.com), Transfix (transfix.io)
	Storage	MakeSpace (www.makespace.com), Roost (roost.com), Stashbee (www.stashbee.com)
Mobility Services	Rides as a service	BlaBlaCar (www.blablacar.com), Bridj (www.bridj.com/#home), Chariot (www.ridechariot.com), Didi Kuaidi (www.xiaojukeji.com/), Easy Taxi (www.easytaxi.com/), Flywheel (www.flywheel.com/), Gett (gett.com/nyc/), Grab (GrabTaxi) (www.grab.co/sg/), Hailo (hailocab.com), Juno (www.gojuno.com/), Lazooz (lazooz.org), Loup (loupapp.com/), Lyft (www.lyft.com), OlaCar (www.olacabs.com), RallyBus (rallybus.net/), Shuddle (shuddle.us/), Surfair (www.surfair.com), TianTian (ttyongche.com/), Uber (www.uber.com), Wingz (wingz.me/)
	Support	CARManation (www.carmanation.com/), Filld (filld.co/), JustPark (www.justpark.com/), Purple (purpledelivery.com/), YourMechanic (www.yourmechanic.com/)
	Valet Services	Caarbon (caarbon.com/), Luxe (www.luxe.com/), Valetanywhere (www.valetanywhere.com/), ZIRX (zirx.com/)

Tabla 1_A: Plataformas de Economía colaborativa*.

Fuente: Elaboración propia

Categoría	Sub-categoría	Plataforma
Money	Crowdfunding	Circle Up (circleup.com), Crowdfunder (www.crowdfunder.com), Experiment (experiment.com), FundingCircle (www.fundingcircle.com), Gofundme (www.gofundme.com), Indiegogo (www.indiegogo.com), Kickstarter (www.kickstarter.com), OurCrowd (www.ourcrowd.com), Pave (www.pave.com)
	Cryptocurrencies	Bitcoin (bitcoin.org/en/), Coinbase (www.coinbase.com), Dash (www.dash.org/), Litecoin (litecoin.org), Ripple (ripple.com/)
	Moneylending	Able (www.ablelending.com/), Faircent (www.faircent.com/), Kiva (www.kiva.org), LendingClub (www.lendingclub.com), Prosper (www.prosper.com), RateSetter (www.ratesetter.com), Zopa (www.zopa.com)
Municipal	City Sponsored Bikes	Bicing Barcelona (www.bicing.cat/), Hangzhou Public Bicycle (en.wikipedia.org/wiki/Hangzhou_Public_Bicycle), Santander Cycles London (tfl.gov.uk/modes/cycling/santander-cycles), Velib (en.velib.paris.fr)
	Platforms	Getable (www.getable.com/), MachineryLink (www.machinerylink.com/), Munirent (www.munirent.co), SeeClickFix (www.seeclickfix.com/), YardClub (www.yardclub.com)
Services	Business	99Designs (99designs.com), Cloudpeeps (www.cloudpeeps.com), Crowdspring (www.crowdspring.com), FieldAgent (fieldagent.net/), Gigwalk (www.gigwalk.com/), HourlyNerd (hourlynerd.com/), Kaggle (www.kaggle.com/), Nabbesh (www.nabbesh.com/en/), Payable (payable.com/), StaffJoy (www.staffjoy.com/), Universal Avenue (www.universallavenue.com), UpCounsel (www.upcounsel.com/), Upwork (www.upwork.com/)
	Personal	Airtasker (www.airtasker.com/), Ask for Task (www.askfortask.com/), Bannerman (getbannerman.com), DogVacay (dogvacay.com/), Fancy Hands (www.fancyhands.com/), Fiverr (www.fiverr.com), Musketeer (www.getmusketeer.com), Taskrabbit (www.taskrabbit.com), WeGoLook (wegolook.com/), Zaarly (www.zaarly.com/)
Space	Personal Space	9flats (www.9flats.com), Airbnb (airbnb.com), CanadaStays (www.canadastays.com), Couchsurfing (www.couchsurfing.org), Flipkey (www.flipkey.com), hipcamp (www.hipcamp.com/), Homeaway (www.homeaway.com), Homeexchange (www.homeexchange.com/en/), HouseTrip (www.housetrip.com/), Love Home Swap (www.lovehomeswap.com), Nightswapping (app.nightswapping.com/en/), Onefinestay (www.onefinestay.com), Tujia (tujia.com/), Xiaozhu (www.xiaozhu.com/)
	Work Space	Breather (breather.com), CoPass (copass.org/), HiRise (gohirise.com), LiquidSpace (liquidspace.com), PeerSpace (www.peerspace.com), Pivotdesk (www.pivotdesk.com),

		Sharedesk (www.sharedesk.net), Storefront (www.thestorefront.com), WeWork (www.wework.com/)
Utilities	Energy	GridMates (www.gridmates.com/), Solar Mosaic (joinmosaic.com) Vandebron (vandebron.nl/), Yeloha (www.yeloha.com/#howitworks)
	Telecommunications	Fon (corp.fon.com/en), Open Garden (opengarden.com/), Serval Project (www.servalproject.org)
Vehicle Sharing	Loaner Boats	Boatbound (boatbound.co), Boatsetter (www.boatsetter.com), Sailo (www.sailo.com/)
	Loaner Vehicles	Atzuche (www.atzuche.com/), CambioCar (www.cambio-carsharing.de/), Car2Go (www.car2go.com), DriveNow (us.drive-now.com), easyCar Club (carclub.easycar.com/), Flightcar (flightcar.com), Getaround (www.getaround.com), Scoot (www.scootnetworks.com), Sharoo (sharoo.com), Turo (RelayRides) (turo.com/), YongChe (www.yongche.com/), Zipcar (www.zipcar.com/)
Wellness & Beauty	Beauty	BeGlammed (beglammed.com/), Belita (www.belitaindia.com/), GlamSquad (www.glamsquad.com/), MyGlam (www.myglam.com/), Priv (www.gopriv.com/), Swipecast (www.swipecast.com/)
	Wellness	ClassPass (classpass.com/start), Coachup (www.coachup.com), Entrenaya (www.entrenaya.com/), Kindly (kindlychat.com), PopExpert (www.popexpert.com), Vint (www.joinvint.com), Zeel (www.zeel.com/)
Worker Support	Insurance	Friendsurance (www.friendsurance.com/), Guevara (heyguevara.com/), MetroMile (www.metro-mile.com/)
	Renter Services	GuestHop (guesthop.com/), Guesty (www.guesty.com/), HostTonight (www.hosttonight.com/), Pillow (www.pillowhomes.com/), TurnKey Vacation Rentals (turnkeyvr.com/)
	Resources	Breeze (www.joinbreeze.com), Freelancers Union (www.freelancersunion.org/), Peers.org (www.peers.org/), SherpaShare (www.sherpashare.com/), StrideHealth (www.stridehealth.com/), Vugo (www.govugo.com/)

Tabla 1_B: Plataformas de Economía colaborativa*

Fuente: Adaptado de Owyang (2016). *Se mantienen los términos en inglés, en base al original, en apartados posteriores se traducirán para un mejor análisis. www.web-strategist.com/blog/2016/03/10/honeycomb-3-0-the-collaborative-economy-market-expansion-sxsw/

Sobre esta base, de 278 empresas clasificadas dentro de la economía colaborativa por Owyang (2016), a nivel mundial, se propone realizar la revisión de la información publicada en sus páginas web, para, en la misma línea que el trabajo presentado por Melé, D., Garriga, E., & Guillén, M. (2000), comprobar su implicación ética.

Para ello se escoge una muestra de 50 entidades, tabla 2, de entre las cuales al menos hay una de cada sub-categorías (16 categorías y 41 sub-categorías,) y se consulta su página web para comprobar si hacen referencia expresa y clara a factores éticos o de responsabilidad social como factor relacionado. Se comprueba, de forma

complementaria que especifiquen su misión y también si presentan políticas de privacidad, según lo ya señalado.

Por tanto las variables a analizar serán cuatro. Las dos primeras los factores éticos y la RSC se relacionan directamente con el objetivo de la investigación, medir la implicación ética a través del nivel de comunicación que las mismas hacen, las dos segundas lo pretenden medir de manera indirecta.

En la tabla 2, se muestran las 50 empresas seleccionadas y analizadas.

Categoría	Sub-categoría	Plataforma	Misión, Visión	Ref. Ética	RSE	Política de privac.
Analytics and Reputation	Identity and Reputation	eRated	NO	NO	NO	SI
	Renter Services	Beyond Pricing	NO	NO	NO	SI
	Driver Services	Ridescout	SI	NO	NO	SI
	Identity and Reputation	Traity	SI	NO	NO	SI
Corporations & Organizations	Platforms	Cloud Commerce Factory	NO	NO	NO	NO
	Supply Chain	WoNoLo	SI	NO	NO	SI
Food	Food Delivery	UberEats	NO	NO	NO	SI
	Shared Food	Farmigo	SI	NO	NO	SI
	Shared Food Prep	Eatwith	SI	NO	NO	NO
Goods	Loaner Products	Bagborrowsteal	SI	NO	NO	SI
		Rocksbox	SI	NO	NO	SI
	Maker Movement	Brit + Co	SI	SI	NO	SI
		Etsy	SI	NO	SI	SI
	Pre-Owned Goods	Ebay	SI	SI	SI	SI
Health	P2P	Kijiji	SI	NO	NO	NO
		Bemyeyes	SI	NO	NO	NO
	Services	Dispatch Health	SI	NO	NO	SI
	Pager	SI	NO	NO	SI	
Learning	Book sharing	Chegg	SI	NO	NO	SI
	Instructor-Led	Coursera	SI	NO	NO	SI
	Peer-to-Peer	P2P University	SI	NO	NO	SI
Logistics	Local Delivery	Ghosttruck	SI	NO	NO	SI
	Shipping	PiggyBee	SI	NO	NO	NO
	Storage	Stashbee	SI	NO	NO	SI
Mobility Services	Rides as a service	BlaBlaCar	SI	NO	NO	SI
		Easy Taxi	SI	NO	NO	SI
	Support	JustPark	SI	NO	NO	SI
	Valet Services	Luxe	SI	NO	NO	SI
Money	Crowdfunding	Crowdfunder	SI	NO	NO	SI
	Cryptocurrencies	Bitcoin	SI	NO	NO	SI
	Moneylending	Zopa	SI	NO	SI	SI
Municipal	City Sponsored Bikes	Bicing Barcelona	NO	NO	NO	SI
	Platforms	Getable	SI	NO	NO	SI
Services	Business	Cloudpeeps	SI	NO	NO	SI

	Personal	Airtasker	SI	NO	NO	SI
Space	Personal Space	9flats	SI	NO	NO	SI
	Work Space	Breather	SI	NO	NO	SI
Utilities	Energy	GridMates	SI	NO	NO	SI
	Telecommunications	Open Garden	SI	NO	NO	SI
Vehicle Sharing	Loaner Boats	Boatsetter	SI	NO	NO	SI
	Loaner Vehicles	DriveNow	SI	NO	NO	SI
		Zipcar		SI	NO	SI
Wellness & Beauty	Beauty	BeGlammed	SI	NO	NO	SI
	Wellness	ClassPass	SI	NO	NO	SI
Worker Support	Renter Services	GuestHop	NO	NO	NO	SI
	Insurance	Friendsurance	SI	NO	NO	SI
		MetroMile		SI	NO	NO
	Renter Services	HostTonight	SI	NO	NO	SI
	Resources	StrideHealth	SI	NO	NO	SI

Tabla 2: Plataformas de Economía colaborativa sujeto de análisis

Fuente: Elaboración propia

Como se puede comprobar la mayoría de las empresas no presentan una referencia expresa ni a la ética, ni a aspectos de RSC. Solo hay una empresa que presenta las cuatro variables, ebay.

Para un análisis más en profundidad, se presentan en las tablas 3 y 4 el análisis de frecuencias, en primer lugar, de las empresas por categorías, y en la tabla 4 de las cuatro variables objeto de análisis.

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Análisis y Reputación	4	8,0	8,0
Corporaciones y Organizaciones	2	4,0	12,0
Comida	4	8,0	20,0
Bienes	6	12,0	32,0
Salud	3	6,0	38,0
Educación	3	6,0	44,0
Logística	3	6,0	50,0
Movilidad	4	8,0	58,0
Dinero	3	6,0	64,0
Municipal	2	4,0	68,0
Servicios	2	4,0	72,0
Almacenamiento	2	4,0	76,0
Utilidades	2	4,0	80,0
Compartir vehículo	3	6,0	86,0
Bienestar y belleza	2	4,0	90,0
Apoyo al trabajador	5	10,0	100,0
Total	50	100,0	

Tabla 3: Análisis de frecuencias por categorías*

Fuente: Elaboración propia.

*Se ha hecho una traducción aproximada de las clasificaciones presentadas por Owyang (2016), para los comentarios y análisis posteriores.

En la tabla 3, se puede comprobar que las categorías más entidades analizadas son, Bienes con 6, Apoyo al trabajador con 5, y finalmente, Movilidad, Comida o Análisis y reputación con 4. La principal razón es que estas categorías tienen más subcategorías.

MISIÓN, VISIÓN			REFERENCIA ÉTICA				
	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	6	12,0	12,0	NO	48	96,0	96,0
SI	44	88,0	100,0	SI	2	4,0	100,0
Total	50	100,0		Total	50	100,0	

RSE			POLÍTICA DE PRIVACIDAD				
	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	46	92,0	92,0	NO	5	10,0	10,0
SI	4	8,0	100,0	SI	45	90,0	100,0
Total	50	100,0		Total	50	100,0	

Tabla 4: Análisis de frecuencias de las variables estudiadas

Fuente: Elaboración propia

Del análisis de frecuencias de las variables analizadas, se obtiene que el 88% de las entidades consultadas presentan la definición de su actividad y misión, así como un apartado específico para las Políticas de Privacidad, en un 90% de los casos.

Según se había previsto, la mayoría presentan este tipo de información, en línea con el cumplimiento de la legislación vigente. Si bien es cierto, son un 90% y no el 100% de las mismas.

Pero lo que cabe destacar son las bajas referencias a la ética o a factores de Responsabilidad social de estas entidades. Solo un 4%, es decir 2 de las 50 entidades analizadas, hacen referencia expresa a la ética, y un 8% a factores de Responsabilidad social, solo presentando en uno de los casos (ebay) un informe específico de código de conducta y ética empresarial⁵⁷. Ciertamente aunque se esperaba unos niveles bajos, sorprende que sean tan bajos.

De forma adicional y para comprobar si hay correlaciones entre las distintas categorías y su implicación ética, se han creado variables Dummy por cada categoría, tomando el valor de 1 si la entidad se encuentra en la categoría señalada, o 0 en caso contrario. Del mismo modo, para las cuatro variables de análisis pasan a tomar valores de 1 si lo aplican y de 0 en caso negativo. Los resultados del análisis de correlaciones se presentan en la tabla 5.

⁵⁷ Se puede consultar en castellano dicho informe en direcciones como: https://ebay.q4cdn.com/610426115/files/doc_downloads/code_of_business/CoBC-SPA.pdf

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)	(15)	(16)	(17)	(18)	(19)	(20)
Misión, visión (1)	Coef correl	1,0 00	0,0 75	0,1 09	0,0 82	0,23 345	0,11 98	- 6	0,09 3	0,09 3	0,10 3	0,09 9	0,09 3	0,23 9	0,07 5	0,07 5	0,07 5	0,09 3	0,07 5	0,07 5
	Sig. (bilateral)	0,6 03	0,4 52	0,5 71	0,01 4	0,09 5	0,41 5	0,34 5	0,51 9	0,51 9	0,45 2	0,51 9	0,51 9	0,09 5	0,60 3	0,60 3	0,60 3	0,51 9	0,60 3	0,57 1
Referencia ética (2)	Coef correl	1,0 00	0,31 6	0,0 68	0,06 0	0,04 2	0,06 0	0,553 **	- 2	0,05 2	0,05 2	0,06 0	0,05 2	0,04 2	0,04 2	0,04 2	0,04 2	- 2	0,05 2	0,04 2
	Sig. (bilateral)	0,0 25	0,6 39	0,6 39	0,67 8	0,77 4	0,67 8	0,00 0	0,72 2	0,72 2	0,67 2	0,67 2	0,72 2	0,77 4	0,77 4	0,77 4	0,77 4	0,77 4	0,72 4	0,77 4
Rse (3)	Coef correl	1,0 00	0,0 98	0,0 98	0,08 7	0,06 0	0,08 7	0,345 *	0,07 5	0,07 5	0,08 7	0,08 7	0,23 6	0,06 0	0,06 0	0,06 0	0,06 0	- 0	0,23 6	0,06 0
	Sig. (bilateral)	0,4 97	0,54 8	0,54 8	0,67 8	0,54 8	0,54 8	0,01 4	0,60 7	0,60 7	0,54 7	0,54 7	0,09 9	0,67 8	0,67 8	0,67 8	0,67 8	0,67 8	0,09 9	0,67 8
Política de privacidad (4)	Coef correl	1,0 00	0,09 8	0,09 8	0,27 2	0,14 7	0,14 7	- 2	0,08 7	0,19 4	0,19 7	0,08 7	0,08 4	0,06 8	0,06 8	0,06 8	0,06 8	0,08 4	0,06 8	0,11 1
	Sig. (bilateral)	0,49 7	0,05 6	0,05 6	0,30 7	0,30 7	0,30 7	0,57 1	0,17 1	0,17 1	0,17 1	0,49 7	0,56 1	0,63 9	0,63 9	0,63 9	0,63 9	0,56 1	0,63 9	0,44 2
Análisis y Reputación (5)	Coef correl	1,0 00	0,06 0	0,06 0	0,08 7	0,08 7	0,08 7	- 7	0,07 5	0,07 5	0,08 7	0,08 7	0,07 5	0,06 0	0,06 0	0,06 0	0,06 0	- 0	0,07 5	0,06 0
	Sig. (bilateral)	0,67 8	0,54 8	0,54 8	0,45 8	0,45 8	0,45 8	0,60 2	0,60 7	0,60 7	0,54 7	0,54 7	0,60 7	0,67 8	0,67 8	0,67 8	0,67 8	0,60 7	0,67 8	0,49 7

Sergio Luis Nández Alonso (coord.)

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)	(15)	(16)	(17)	(18)	(19)	(20)
Corporaciones y Organizaciones (6)	Coef correl	1,00 0	0,06 0	0,07 5	0,05 2	0,05 2	0,05 2	- 2	0,05 2	0,05 2	0,06 2	0,06 2	0,05 2	0,04 2	0,04 2	0,04 2	0,04 2	- 2	0,05 2	0,04 2
	Sig. (bilateral)	0,67 8	0,60 8	0,72 3	0,72 2	0,72 2	0,72 2	0,72 2	0,72 2	0,60 2	0,60 2	0,54 2	0,60 2	0,72 4	0,77 4	0,77 4	0,77 4	0,72 4	0,77 4	0,63 4
Comida (7)	Coef correl	1,00 0	0,10 9	0,07 5	0,07 5	0,07 5	0,07 5	- 5	0,07 5	0,07 5	0,08 7	0,08 7	0,07 5	0,06 0	0,06 0	0,06 0	0,06 0	- 0	0,07 5	0,06 0
	Sig. (bilateral)	0,45 2	0,60 7	0,60 7	0,60 7	0,60 7	0,60 7	0,60 7	0,60 7	0,60 7	0,54 7	0,54 7	0,60 7	0,67 8	0,67 8	0,67 8	0,67 8	0,60 7	0,67 8	0,49 7
Bienes (8)	Coef correl	1,00 0	0,09 3	0,09 3	0,09 3	0,10 9	0,10 9	- 9	0,09 3	0,09 3	0,10 9	0,10 9	0,09 3	0,07 5	0,07 5	0,07 5	0,07 5	- 5	0,09 3	0,07 5
	Sig. (bilateral)	0,51 9	0,51 9	0,51 9	0,51 9	0,45 2	0,45 2	0,45 2	0,51 9	0,51 9	0,45 2	0,45 2	0,51 9	0,60 3	0,60 3	0,60 3	0,60 3	0,51 9	0,60 3	0,39 4
Salud (9)	Coef correl	1,00 0	0,06 4	0,06 4	0,06 4	0,07 5	0,07 5	- 5	0,06 4	0,06 4	0,07 5	0,07 5	0,06 4	0,05 2	0,05 2	0,05 2	0,05 2	- 2	0,06 4	0,05 2
	Sig. (bilateral)	0,66 0	0,66 0	0,66 0	0,60 7	0,60 7	0,60 7	0,66 0	0,66 0	0,60 7	0,60 7	0,66 0	0,72 2	0,72 2	0,72 2	0,72 2	0,72 2	0,66 0	0,72 2	0,56 1
Educación (10)	Coef correl	1,00 0	0,06 4	0,06 4	0,06 4	0,07 5	0,07 5	- 5	0,06 4	0,06 4	0,07 5	0,07 5	0,06 4	0,05 2	0,05 2	0,05 2	0,05 2	- 2	0,06 4	0,05 2
	Sig. (bilateral)	0,66 0	0,66 0	0,66 0	0,60 7	0,60 7	0,60 7	0,66 0	0,66 0	0,60 7	0,60 7	0,66 0	0,72 2	0,72 2	0,72 2	0,72 2	0,72 2	0,66 0	0,72 2	0,56 1

Como era de esperar, hay correlación entre las variables Ética y RSC. Ya en el apartado del marco conceptual y teórico, se hablaba de la relación que existe entre ambas. Así las entidades que presentan aspectos de ética tienden a presentar factores de RSC.

Por otro lado, también se encuentra correlación positiva entre estas variables, Ética y RSC y la categoría de Bienes. Ya en el trabajo de Melé, D., Garriga, E., & Guillén, M. (2000), la Banca, empresas de gran consumo, servicios, telecomunicaciones e informática hacían referencia en mayor medida a la ética empresarial, dando a entender que puede haber sectores más sensibilizados en estos aspectos.

Finalmente llama la atención la correlación negativa existente entre la variable Misión y la categoría "Análisis y reputación", esto supone que las empresas u organismos aquí clasificados presentan en menor medida apartados dedicados a explicar cuál es la misión de la empresa, que el resto.

5. Conclusiones

El comportamiento ético está intrínsecamente unido al quehacer humano y por tanto debe formar parte de toda forma de organización en nuestra sociedad. Es por ello, por lo que las nuevas realidades que emergen en una sociedad tan cambiante deberían reflejarlo. No obstante, y según se ha comprobado en este trabajo, no es así. Sobre una muestra de 50 entidades de economía colaborativa, solo 5 empresas hacen referencia o bien a la ética directamente o al apartado de RSC. Cuatro a la RSC y dos a la ética, siendo que una de ellas hace referencia a ambas. Coincide que esta empresa que habla de ética y de RSC, y que cuenta con un código de conducta expreso, es una gran empresa que cotiza en bolsa, es el caso de ebay.

El objetivo del presente trabajo ha sido analizar si las empresas de economía colaborativa están concienciadas de su responsabilidad ética con la sociedad, y por ende lo transmiten, los resultados según se esperaba, lo niegan. Cabe por tanto remarcar la importancia de trabajar en esta realidad, puesto que la ética no parece preocupar, o al menos no lo manifiestan, a las entidades de economía colaborativa.

Finalmente queda señalar las limitaciones que presenta el trabajo, se propone ampliar el estudio y profundizar en las variables que pueden afectar a la adopción y publicación de códigos éticos o de RSC. Se sabe que estas variables pueden ser el tamaño, sector o la nacionalidad de la entidad. En cualquier caso, se recomienda trabajar sobre este tema dada la importancia de la ética en cualquier organización y más si hablamos de economía colaborativa.

Referencias

Andrews, K. R. (1989). Ethics in practice. *Harvard Business Review*, 67(5), 99-104.

- Argandoña, A. (2014). La ética en la empresa y la ética del directivo. *Boletín de Estudios Económicos*, 50(211), 9-23.
- Beauchamp, T. L., Bowie, N. E., & Arnold, D. G. (Eds.). (2004). *Ethical theory and business*. Londres: Pearson Education.
- Chivite Cebolla, M. P., Enciso de Yzaguirre, V., García Osma, B., y Túa Pereda, J. (2014). Determinantes de la responsabilidad social corporativa: la crisis y el efecto contagio. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 81, 127-161.
- Comisión especial para el estudio de un código ético de los consejos de administración de las sociedades (Comisión Olivencia, 1998). Recuperado de www.cnmv.es/Portal/Legislacion/COBG/COBG.aspx
- Comisión Europea (2001). Green paper - Promoting a European framework for corporate social responsibility, *Diario oficial de la Unión Europea*, 127.
- Cortina Orts, A. (1994). *Ética de la empresa: claves para una nueva cultura empresarial*, Madrid: Trotta.
- Costa, L. M. (2008). Combatiendo la corrupción a través de códigos de responsabilidad social empresarial en países emergentes: la industria de petróleo y gas natural. *RAE - Electrónica*, 7(1), 1-19.
- E. Shafer, W. y Simmons, R.S. (2008). Social responsibility, Machiavellianism and tax avoidance; A study of Hong Kong tax professionals, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 21(5), 695.
- European Business Ethics Network (EBEN). *Información*. Recuperada de: www.eben-spain.org/
- Ganapati, S., y Reddick, C. G. (2018). Prospects and challenges of sharing economy for the public sector. *Government Information Quarterly*, 35(1), 77-87.
- García Osma, B., & Gill de Albornoz Nogue, B. (2004). El gobierno corporativo en las empresas españolas cotizadas: el cumplimiento de las recomendaciones del código Olivencia. *Revista Valenciana de Economía y Hacienda*, 10, 127-160
- Ibrahim, N., Angelidis, J. & Howard, D. (2006), Corporate Social Responsibility: A Comparative Analysis of Perceptions of Practicing Accountants and Accounting Students, *Journal of Business Ethics*, 66(2), 157-167.
- Laamanen, M., Wahlen, S., y Lorek, S. (2018). A moral householding perspective on the sharing economy. *Journal of Cleaner Production*, 202, 1220-1227.
- Lozano Aguilar, J. F. (2007). Códigos éticos y auditorías éticas. *Veritas. Revista de Filosofía y Teología*, 2(17), 225-251.

Melé, D., Garriga, E., y Guillén, M. (2000). Políticas de Ética Empresarial en las 500 mayores empresas españolas. *Occasional Paper N 00/4, IESE Business School, University of Navarra, Barcelona, Spain.*

Owyang (2016) *Honeycomb 3.0: The Collaborative Economy Market Expansion*. Recuperada de www.web-strategist.com/blog/2016/03/10/honeycomb-3-0-the-collaborative-economy-market-expansion-sxsw

Real Academia Española (RAE) (2018). *Diccionario de la lengua española* (versión electrónica 23.2). Recuperado de www.rae.es

RESÚMENES DE LOS CAPÍTULOS

I. LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN LA ERA DIGITAL: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y ALCANCE ECONÓMICO

El auge que ha experimentado la economía colaborativa en los últimos años resulta una evidencia indiscutible. El crecimiento de este fenómeno, indesligable del desarrollo de las nuevas tecnologías digitales, se ha producido de manera generalizada en la mayor parte de los países desarrollados adoptando, además, un carácter de transversalidad que está propiciando el cuestionamiento de las formas tradicionales de organización económica y social.

En este contexto, la finalidad del presente capítulo persigue establecer los fundamentos teóricos principales que permitan una comprensión holística de este fenómeno, al tiempo que se identifican los principales factores determinantes que han propiciado su vigorosa expansión. Adicionalmente, se desarrolla un estudio sobre la situación y alcance de la economía colaborativa adoptando para ello un enfoque de análisis internacional y examinando el impacto de las plataformas digitales en los distintos sectores de actividad.

Para la consecución de estos objetivos, se procede a la revisión de los antecedentes de investigación y posterior análisis de un amplio conjunto de indicadores sobre la economía colaborativa que permitan determinar su evolución, dimensión y alcance económico.

Los resultados obtenidos en la investigación revelan un fuerte crecimiento de la economía colaborativa, especialmente pronunciado a partir de la crisis económica y, en buena medida, impulsado por el fuerte desarrollo de las tecnologías digitales y el cambio en el patrón de consumo tradicional. Dentro de este crecimiento, los mercados de transporte y alojamiento, se posicionan claramente como los sectores de actividad con mayor penetración del nuevo modelo económico.

II. LA SITUACION DE LA ESPAÑA ACTUAL A LA ECONOMIA COLABORATIVA A TRAVES DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES DE VEHICULOS CON CONDUCTOR

La economía colaborativa ha dado paso a la irrupción de las plataformas digitales y es el sector del transporte de personas donde con más implementación se ha notado.

Este trabajo analiza por un lado lo que puede quedar de economía colaborativa en estas plataformas y lo que verdaderamente es hoy un negocio colaborativo. Por otro lado se analiza la situación actual en España de este servicio tras los cambios normativos habidos y en particular los efectos jurídicos que en la

práctica se plantean y que llevan a un escenario de cierto desequilibrio e inseguridad jurídica que es promovido desde el ámbito público, aún teniendo la obligación de garantizar la libertad de mercado, establecimiento y propiedad privada de los medios de producción.

En definitiva, se abre un nuevo escenario, ante soluciones de corto plazo y dispares, de competencia desordenada y desigual que pueden lanzar a los distintos operadores a prácticas de competencia desleal y abuso de posición del mercado.

III. LA DEPENDENCIA DIGITAL Y SU VALORACIÓN EN EL MARCO DE LA DEPENDENCIA JURÍDICA

La incidencia de las nuevas tecnologías en el mercado de trabajo está forzando las estructuras jurídicas tradicionales más cuando las mismas no están adaptadas a las particularidades que vienen a exigir las nuevas formas de trabajo.

Pese a que nuestros tribunales vienen reconociendo la laboralidad de este tipo de prestaciones, tal medida no puede ser calificada como una solución al problema más cuando lleva aparejada la aplicación de un marco regulatorio que llega a ser contradictorio a la propia realidad productiva regulada.

IV. UN CASO DE ECONOMÍA DIGITAL: EL “DROPSHIPPING” Y OTRO DE ECONOMÍA COLABORATIVA: “PEER TO PEER ACCOMMODATION” Y SU TRIBUTACIÓN

En el presente capítulo se analiza la importancia que tiene la economía digital y colaborativa hoy día en Europa. Tras esta introducción, es objeto de análisis la tributación de un tipo de negocio surgido gracias a la denominada economía digital, que es el denominado dropshipping de productos. Por otro lado, se analiza un caso que se encuadra dentro de la economía colaborativa, denominado “peer to peer accommodation” o también denominado “home sharing”. En este caso se analiza tanto desde el punto de vista del propietario de la vivienda, como de la plataforma que provee este tipo de servicios. En ambos casos se analizan las implicaciones fiscales que conlleva el realizar este tipo de negocios hoy día, a ojos de la legislación fiscal Española. Para ello se acude a la normativa tributaria vigente y a consultas de la dirección general de tributos.

V. ACERCA DE LA POSIBLE RESPONSABILIDAD PENAL DE LAS PLATAFORMAS DE ECONOMÍA COLABORATIVA

La revolución tecnológica en la que nos encontramos inmersos cambiará nuestros hábitos de vida y nuestras costumbres y que las nuevas tecnologías tienen múltiples ventajas que facilitan nuestro quehacer diario pero que, a la vez, pueden

favorecer comportamientos menos amables y, en ocasiones, rayanos al delito. Son muchos, casi innumerables, los trabajos que ya han surgido en relación a comportamientos delictivos cometidos en el mundo digital y, principalmente, a través de las redes sociales: así, trabajos sobre el sexting, stalking, child grooming y tantos y tantos otros.

Sin embargo, brillan por su ausencia obras que aborden la relación entre el Derecho penal y otra realidad digital emergente como es la economía colaborativa que, sustentada en plataformas digitales, puede quizás traer aparejados comportamientos que pudieran ser constitutivos de delitos. Tal carencia y la inobjetable realidad del uso de tales plataformas justifica un trabajo como el presente.

El objetivo de este estudio radica en determinar si la actividad llevada a cabo por las plataformas intervinientes en la denominada economía colaborativa puede ser objeto de responsabilidad penal desde la perspectiva del Derecho penal español y, en su caso, identificar los problemas relativos a la competencia de los Juzgados y Tribunales españoles para depurar tal responsabilidad. No se pretende en este trabajo de investigación pronosticar qué tipos delictivos concretos pueden cometerse en el ámbito de actuación de las plataformas colaborativas sino determinar si su actividad puede ser o no objeto de responsabilidad penal con carácter general e identificar problemas relativos a la competencia de nuestros Tribunales para su depuración.

VI. ECONOMÍA COLABORATIVA-DIGITAL: IMPLICACIONES ÉTICAS

En la actualidad, las entidades denominadas de economía colaborativa están teniendo un importante crecimiento en la sociedad, llegando incluso a convertirse en grandes multinacionales con cotización en bolsa, como es el caso de ebay. Esto supone una llamada a analizar esta realidad desde muchos aspectos, pero también desde la responsabilidad que tienen estas entidades con la sociedad y más allá, desde su responsabilidad ética. Al igual que ha sido una preocupación, por parte de la comunidad científica, la ética empresarial, lo es la implicación ética de esta realidad económica, que está tomando cada vez más fuerza.

Por ello, el objetivo del presente trabajo es analizar si las empresas de economía colaborativa están concienciadas de su responsabilidad ética con la sociedad, y por ende lo transmiten. Tras definir qué se entiende por ética y responsabilidad social, se hará una revisión de parte de la bibliografía existente sobre el tema. Posteriormente y sobre una base de 278 empresas de economía colaborativa, se realizará un estudio tomando como muestra 50 de dichas empresas. Sobre esta base se pretenderá medir el nivel de comunicación que las mismas hacen de su implicación ética. Los resultados no son nada favorables, y suponen una llamada a seguir trabajando en este campo.

ACERCA DE LOS AUTORES

Javier Jorge Vázquez es Doctor en Economía y Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Católica Santa Teresa de Jesús de Ávila. En la actualidad, es profesor adscrito al área departamental de Economía y Empresa de esta universidad donde desarrolla su labor como docente en las áreas de conocimiento de Teoría Económica y Empresa. Es autor de varias publicaciones científicas, siendo las principales áreas donde desarrolla su investigación la economía digital y las nuevas tecnologías, el emprendimiento y los nuevos modelos de negocio. Por otro lado, ha desarrollado responsabilidades de gobierno en el ámbito universitario en calidad de Vicedecano de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas (2010-2018) y Coordinador Docente del programa de formación a distancia (2009-2015). *Contacto:* Universidad Católica Santa Teresa de Jesús de Ávila Dirección Postal: C/ Canteros s/n. 05005 Ávila (España). Teléfono: +34 920251020 ext.102. E-mail: javier.jorge@ucavila.es.

Francisco Isaac Pérez de Pablo es Licenciado en Derecho y profesor contratado de Derecho Mercantil en la Universidad Católica de Ávila. *Contacto:* Universidad Católica Santa Teresa de Jesús de Ávila. Dirección Postal: C/ Canteros s/n. 05005 Ávila (España). Email: fisaac.pérez@ucavila.es

Carlos Arroyo Abad pertenece a la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas. Universidad Católica "Santa Teresa de Jesús" de Ávila. Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid y doctor por la Universidad Alfonso X El Sabio. Acreditado ANECA como profesor contratado doctor. Miembro del Centro de Investigaçao Jurídico-Económica (CIJE), unidad de Investigación y Desarrollo de la Universidad de Oporto, Caballero de la Orden de Rizal y miembro de la Cofradía Internacional de Investigadores de Toledo. Profesor en distintas universidades españolas dentro del Grado en Derecho y bajo la especialidad de Derecho del Trabajo y Seguridad Social. *Contacto:* Dirección: C/ Canteros S/N, 05005, Ávila. e-mail: carlos.arroyo@ucavila.es Teléfono: 920 25 10 20 ext. 155

Sergio L. Nández Alonso pertenece a la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Universidad Católica "Santa Teresa de Jesús" de Ávila. Licenciado en Derecho y Licenciado en Administración y Dirección de Empresas, Máster en Desarrollo Sostenible por la Universidad Católica de Ávila. Alumno de Doctorado en CEINDO-Escuela Internacional de Doctorado de la Universidad CEU-San Pablo. Profesor de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Universidad Católica de Ávila, en los Grados en Administración y Dirección de Empresas, Economía y Derecho. Su especialidad es el Derecho Tributario. Ha sido Coordinador de Trabajos de Fin de Grado, para el Grado en Derecho durante varios años. Desde julio de 2018 ocupa el cargo de Vicedecano de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de la misma universidad. *Contacto:* Dirección: C/ Canteros S/N, 05005, Ávila. e-mail: sergio.nanez@ucavila.es. Teléfono: 920 25 10 20 ext. 211 Twitter: @dftucav_slanez.

Álvaro Mendo Estrella es Profesor Contratado y Doctor de Derecho Penal en la Universidad Católica de Ávila, además es abogado colegiado. Ex Decano de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas. Su área de conocimiento es el Derecho penal teniendo como **interés principales de investigación** los delitos contra el medio ambiente, la responsabilidad penal de las personas jurídicas, delitos cometidos a través de las nuevas tecnologías (especialmente sexting), la criminalización de los cárteles económicos y, en general, cualquier aspecto relacionado con el Derecho penal. Contacto: Dirección: C/ Canteros s/n 05005 Ávila. Universidad Católica de Ávila (UCAV). Profesor contratado Doctor. Telf: 920 25 10 20. E-mail: alvaro.mendo@ucavila.es

María Peana Chivite Cebolla es Licenciada en Económicas por la Universidad Complutense de Madrid, Doctora en Economía por la UCAV, y Máster en Bioética. Su tesis doctoral fue premiada como mejor tesis (2013) por Asepuc-ICAC, y publicada por este mismo organismo en 2014. Cuenta con publicaciones en revistas como Ciriec, o en RIO (Revista Internacional de Organizaciones). Es coautora de cinco manuales entre otro material y cuenta con estancias de investigación en universidades como: St. Francis, George Mason University (USA) o ESAN (Perú). Cabe destacar que, a una experiencia docente de más de diez años en la universidad, une una experiencia profesional complementaria en el ámbito del marketing y de las finanzas, pues ha trabajado como coordinadora de marketing en la multinacional Pearson Educación o como Product Manager, entre otros puestos desempeñados. Asume funciones de gestión en la universidad, como coordinadora de TFG, miembro de la junta de la facultad y en la coordinación de congresos y máster. Contacto: C/ Canteros s/n 05005 Ávila. Universidad Católica de Ávila (UCAV). Profesor contratado doctor. Telf: 920 25 10 20 Ext: 170. E-mail: mpeana.chivite@ucavila.es

La *economía digital*, también conocida como *economía de internet*, *nueva economía* o *economía web*, se refiere a una economía basada en la tecnología digital. En la actualidad, la economía digital se ha ido fusionando de tal manera con la economía tradicional que hoy resulta difícil entender la diferencia entre ellas.

Por otro lado, y en este marco, el *consumo colaborativo* o *economía colaborativa* se define como una interacción entre dos o más sujetos, a través de medios digitalizados o no, que satisface una necesidad (no necesariamente real), de una o más personas. Las plataformas digitales establecen un marco donde los usuarios pueden interactuar entre sí y/o con la misma plataforma. Los usuarios seleccionan el rol que desean en este momento, o varios roles simultáneamente (por ejemplo, vendedor y comprador) en un sistema abierto y dinámico.

Normalmente, existe un sistema de evaluación entre los usuarios, a través del cual adquieren una reputación, y con ello, la confianza necesaria para seguir desarrollando la actividad que desean. Cuanto mayor sea el número de usuarios que exista en la plataforma digital, mayor será el valor que tendrá, y los usuarios dispondrán de más posibilidades de elección y/o desarrollo, serán mejor evaluados y la confianza será más contrastada.

La revolución de la economía colaborativa ha transformado completamente nuestra sociedad. Ha surgido una nueva tendencia que busca la colaboración entre personas conocidas y desconocidas, diseñando soluciones innovadoras para resolver los problemas cotidianos, uniendo intereses y medios.

En esta obra se analizan las implicaciones de las cuestiones económicas y legales que surgen de este tipo de economía y el uso de aplicaciones de economía colaborativa. Analiza desde la perspectiva penal, fiscal, civil, mercantil, etc., la respuesta que el ordenamiento jurídico español está dando a estas situaciones. Las leyes (en algunos casos) están desfasadas con la realidad, lo que plantea problemas desconocidos hasta ahora. Por ello, es interesante analizar cómo la regulación regula los derechos y obligaciones de los ciudadanos, en relación con el uso de las plataformas de economía colaborativa y las empresas digitales; en esta novedosa forma de relacionarse con nosotros. Este libro afronta de manera original e innovadora este nuevo escenario.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
SUOR ORSOLA
BENINCASA

Eurytion PRESS

ISBN 9788896055915



90000



9 788896 055915