



UNIVERSIDAD DE LA RIOJA

TRABAJO FIN DE ESTUDIOS

Título

La Economía Colaborativa: el caso Uber.

Autor/es

CRISTINA CÁRDENAS GONZÁLEZ

Director/es

ROBERTO RODRÍGUEZ IBEAS

Facultad

Facultad de Ciencias Empresariales

Titulación

Grado en Administración y Dirección de Empresas

Departamento

ECONOMÍA Y EMPRESA

Curso académico

2017-18



La Economía Colaborativa: el caso Uber., de CRISTINA CÁRDENAS GONZÁLEZ (publicada por la Universidad de La Rioja) se difunde bajo una Licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Unported. Permisos que vayan más allá de lo cubierto por esta licencia pueden solicitarse a los titulares del copyright.

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

TRABAJO FIN DE GRADO

GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

La Economía Colaborativa: el caso Uber

Autor: D^a. Cristina Cárdenas González

Tutor/es: Prof. D. Roberto Rodríguez Ibeas



**UNIVERSIDAD
DE LA RIOJA**

CURSO ACADÉMICO 2017-2018

ÍNDICE

I.	INTRODUCCIÓN	1
II.	LA ECONOMÍA COLABORATIVA	2
II.1	CONTEXTUALIZACIÓN Y DEFINICIÓN DE ECONOMÍA COLABORATIVA.....	2
II.2	CLAVES DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA	6
II.3	CAUSAS DEL SURGIMIENTO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA.....	7
II.4	RAZONES ECONÓMICAS A FAVOR Y EN CONTRA DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA.....	8
II.4.1.	Costes de transacción y asimetrías de información.....	8
II.4.2.	Externalidades negativas	9
II.5	VENTAJAS E INCONVENIENTES DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA.....	9
II.5.1	Ventajas	9
II.5.2	Inconvenientes	11
III.	UBER.....	11
III.1.	DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA Y DE SU APLICACIÓN	13
III.2	UBER Y LA ECONOMÍA COLABORATIVA	15
III.3	LEGISLACIÓN DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN LA UNIÓN EUROPEA Y CÓMO AFECTA A UBER.....	16
III.3.1	Legislación europea.....	16
III.3.1.1	Requisitos de acceso al mercado	16
III.3.1.2	Regímenes de responsabilidad	17
III.3.1.3	Protección de los usuarios	18
III.3.1.4	Fiscalidad	18
III.3.2	¿Cómo afecta a Uber la legislación?	19
III.3.2.1	El caso Uber en España.....	21
III.4	ANÁLISIS NORMATIVO.....	24
III.4.1.	¿Debe regirse por la normativa reguladora de competencia desleal?.....	24
III.4.2.	¿Debe regirse por la normativa de servicios de la sociedad de la información?	26
III.5.	IMPACTO DESDE EL PUNTO DE VISTA ECONÓMICO.....	27
IV.	CONCLUSIONES	29
V.	BIBLIOGRAFÍA.....	32

LISTADO DE GRÁFICOS Y FIGURAS

- **Gráfico 1.** Porcentajes en función de la edad que han utilizado plataformas colaborativas..... 12
- **Gráfico 2.** La opinión de las empresas tradicionales sobre los nuevos modelos colaborativos..... 13
- **Gráfico 3.** Evolución de la participación en la economía colaborativa del sector del transporte 13
- **Figura 1.** Uber por regiones en el mundo..... 14

RESUMEN: El objetivo del presente trabajo es describir el nuevo paradigma de la economía colaborativa, poniendo especial énfasis en el análisis del caso Uber. Se estudia la evolución e impacto de empresas colaborativas en la economía en general y se presentan sus ventajas e inconvenientes desde un punto de vista económico. En la segunda parte del trabajo, se estudia el caso Uber, destacando la importancia de la regulación de su actividad y el impacto que tiene en sus principales competidores del sector más tradicional del transporte: los taxistas. Una vez entendida la legislación por la que se regula la economía colaborativa y cómo afecta a la empresa de estudio, se realiza un análisis económico. De este se extrae la necesidad de liberalizar el mercado debido a la inexistencia de competencia, donde los precios son mayores y las consecuencias para el consumidor son negativas. Finalmente, se concluye con unas recomendaciones que plantean el equilibrio en el mercado.

ABSTRACT: The objective of this study is to describe the new paradigm based on the collaborative economy (CE), placing specific emphasis on the analysis of Uber. In particular, we analyze first the evolution and impact of collaborative businesses, and present, from an economic perspective, their pros and cons. In the second part of the study, we focus on Uber and on how its activity has influenced the traditional firm operating in the passenger transport sector, mainly the taxis. We present the legislation that regulates the collaborative economy, and argue that a change in such regulation is needed. In particular, we provide an economic analysis to state the benefits for the consumers if entry in the sector were to be liberalized. Specifically, competition would be enhanced driving prices downward and increasing the quality of service. Finally, we provide some recommendations to improve the transport sector.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la economía colaborativa es un concepto emergente tanto en la empresa como en la economía en general que promueve la aparición de nuevas oportunidades de negocio y de ideas basadas en las tecnologías de comunicación. El término hace referencia a una nueva forma de concebir las relaciones entre agentes económicos que, a día de hoy, se ha popularizado en diferentes sectores (principalmente, el turístico y el del transporte) y ha afectado a las empresas tradicionales (como por ejemplo los taxistas) que operaban bajo el paradigma de la economía clásica. La economía colaborativa hace uso de las plataformas digitales para ofertar servicios de intermediación entre oferentes y demandantes de bienes y servicios.

La importancia de la economía colaborativa viene reflejada en un estudio reciente (Paniagua, 2017) elaborado por la Fundación EY, conjuntamente con la Asociación Española de Economía Digital (Adigital), la Fundación de Estudios Financieros, el Círculo de Empresarios y Fundación Cotec, en el que se establece que la economía colaborativa representa un 1,4 % del PIB en España en el año 2017. Por otro lado, confirma que hay un 55% de la población que ya ha usado alguna vez una plataforma colaborativa. No obstante, existe una continua polémica promovida por las empresas que ya operaban en los sectores donde este paradigma ha irrumpido que acusan a estos nuevos modelos de negocios de competencia desleal y de no estar sujetos a ningún tipo de regulación normativa.

La economía colaborativa supone una nueva estructura económica que no es complementaria a la tradicional y trata de imponer el hecho de compartir en lugar de poseer, haciendo innecesaria la acumulación de bienes y poniéndolos a disposición de cualquiera mediante intercambios que pueden o no ser monetarios. Internet, los teléfonos inteligentes y el GPS han resultado imprescindibles para su avance en muchos sectores, siendo su impacto destacable en el sector del transporte.

Dicho sector resulta de gran relevancia para observar el gran crecimiento de la economía colaborativa en los últimos años, con empresas como Blablacar, Cabify, Lyft o Uber cuyas actividades están destinadas a los desplazamientos de pasajeros.

En concreto, Uber es una empresa que actúa como intermediaria entre ofertantes (conductores) y demandantes (usuarios) a través de una plataforma digital. Es de destacar que dicha empresa no posee activos propios por lo que surge la duda de si se debería englobar su actividad dentro del nuevo paradigma de la economía colaborativa o si, por el contrario, debería considerarse una forma de negocio de tipo tradicional que compite con otras empresas del sector. Así se ha declarado en la corte de Estrasburgo y, más concretamente, en España a través del Real Decreto ley 3/2018, de 20 de abril, publicado el 20 de abril de 2018 por el que se establece una licencia VCT por cada 30 licencias de taxi. El dilema se encuentra en si el favorecimiento del sector tradicional del taxi resulta o no beneficioso globalmente.

El objetivo del presente trabajo es describir el nuevo paradigma de la economía colaborativa, poniendo especial énfasis en el análisis del caso Uber. La primera parte del trabajo se centra en la contextualización y definición del concepto de economía colaborativa, haciendo hincapié en el sector del transporte, y pretende estudiar su evolución e impacto en la economía en general. Se presentan sus ventajas e inconvenientes desde un punto de vista económico. En la segunda parte del trabajo, se estudia el caso Uber, destacando la importancia de la regulación de su actividad y el impacto que tiene en sus principales competidores del sector más tradicional del transporte: los taxistas. Una vez estudiada la normativa, se realiza un análisis económico acerca de si realmente las empresas colaborativas favorecen o no a la sociedad, concluyendo con una serie de recomendaciones que plantean un equilibrio para todas las empresas que operan del mercado del transporte.

II. LA ECONOMÍA COLABORATIVA

II.1 CONTEXTUALIZACIÓN Y DEFINICIÓN DE ECONOMÍA COLABORATIVA

El término “economía colaborativa” fue acuñado por primera vez por Ray Algar en su artículo Collaborative Consumption publicado en el boletín Leisure Report de abril de 2007. Sin embargo, han sido Botsman y Rogers quienes han popularizado la economía colaborativa a través de libro “What’s mine is yours: the rise of collaborative consumption” publicado en el año 2010.

El origen de la economía colaborativa lo podemos encontrar en los sistemas de trueque o sistemas LETS o Local Exchange Trading Systems (Gisbert, 2008), que son una de las primeras formas de comercio, y cuya idea se configura a través del intercambio de productos sin intervención monetaria. Esta forma de comercio desaparece con la introducción del dinero, donde se adquieren productos por un pago dinerario. Este sistema sigue implantado en la actualidad ya que facilita las permutas de productos eliminando la compatibilidad de necesidades requerida por el trueque.

La economía colaborativa (de ahora en adelante, EC) se refiere a un modelo de intercambio económico fundamentado en la interacción entre productores y consumidores interconectados a través de redes tecnológicas, en especial plataformas digitales, para crear comunidades de usuarios. Sus dimensiones abarcan la producción, la financiación y el consumo. La EC es considerada un ecosistema socio-económico basado en la colaboración y cooperación entre recursos humanos, físicos e intelectuales. De este modo, se asocian al modelo términos como confianza, creación, producción, distribución, comercio y consumo compartido de bienes y servicios a través de la tecnología peer-to-peer, refiriéndose al acceso y uso de recursos y activos antes de que se hayan monetizado los servicios alrededor de comunidades de usuarios. Con estos términos se alude a los nuevos sistemas de producción y consumo de bienes y servicios surgidos al principio del siglo XXI y que aprovechan las posibilidades de los avances en tecnología informática para intercambiar y compartir dichos bienes y servicios.

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia define la EC como “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). De este modo, la economía colaborativa cohabita con otras formas de negocio que intentan reflejar aspectos más específicos de algunos de dichos modelos de negocio como, por ejemplo, peer economy o P2P economy que ponen énfasis en que las transacciones se producen entre particulares.

En este sentido, siguen la estela definida por Rachel Botsman (2013), autora pionera en el estudio de la EC y que fragmenta la EC en los siguientes segmentos:

- *El consumo colaborativo*. Es el segmento más desarrollado y con mayor credibilidad.

Se encuentra muy ligado a este concepto una serie de palabras sin las cuales no se podría entender con claridad: compartir, intercambiar, comerciar y alquilar. Cada modelo de negocio incluido bajo esta corriente comparte un contacto directo entre el productor del servicio y el consumidor de este.

- *La producción contributiva.* Genera un nuevo modelo industrial a partir del movimiento makers y la aplicación de los principios del software libre a la fabricación gracias a la democratización de las herramientas de fabricación digital, el desarrollo de espacios compartidos y el intercambio de conocimientos.
- *Las finanzas peer-to-peer.* En esta categoría, se engloban, por ejemplo, los modelos que permiten el “equity crowdfunding” (compra de capital en empresas).
- *El conocimiento abierto (open knowledge).* Permite a la EC crecer y distribuirse rápidamente.

Hasta hace un par de años ya había en el mundo más de 7.500 empresas y plataformas que optaban por este modelo de negocio, en el que los interesados se ponen en contacto directamente con los proveedores de los servicios, coordinándose para compartir, por ejemplo, el uso de un coche o dormir en una casa. El impulso de dichas plataformas ha sido el motor, no solamente en España, donde llegó en 2010 y donde ha tenido una gran expansión, sino en todo el mundo. Ya se está viendo la expansión de la EC, como por ejemplo en Blablacar, donde se espera un crecimiento del 70%, o en Homeway, donde la demanda doméstica de alquileres ha subido un 52%. También cabe destacar la importancia de la plataforma Uber, donde los usuarios solicitan el servicio de un coche evitando el coste del taxi. Asimismo, cabe decir que la economía se expande, además del ámbito turístico, a diferentes sectores como la venta de productos de segunda mano (Wallapop), las finanzas y préstamos (Zank), el intercambio de ropa de niños (Grownies) o hasta para buscar aparcamiento (Parclick)¹.

Por otro lado, en Europa las plataformas más conocidas son: Airbnb, que se dedica al alquiler de vivienda entre particulares, Blablacar en cuanto a viajes compartidos, y Uber, que emula al servicio del taxi. En España se utilizan sobre todo las relacionadas con el sector turístico que comenzaron a utilizarse sobre todo entre 2012 y 2013 (Gordo López y De Rivera, 2017).

¹ Equipo Cerodosbé. (2016).

La EC mantiene un rápido crecimiento desde 2013 según el informe de la Comisión Europea, “European agenda for the collaborative economy (2016), avanzando a gran velocidad en 2015. Las plataformas de consumo colaborativo se han incrementado doblando sus ingresos en Europa con una facturación de 28.000 millones de euros, y se espera que siga en creciendo.

Sin embargo, y centrándonos el sector del transporte, en la tardía evolución de la sociedad española correspondiente a finales de los años 60 y principios de los 70, ya era de lo más habitual la compartición de vehículos para trayectos no cubiertos por el transporte público. Dicho hecho de compartición de gastos e intercambio de favores se ha mantenido hasta la actualidad en las relaciones informales. Pero es a finales de la década de los 2000 donde este modelo económico se desarrolla, momento en el que aparecen nuevas plataformas que lo amplían a otros sectores.

En base a esto, el informe elaborado por el diario Expansión (2017) asegura que el 76% de los viajes se hacen en coche, cuya ocupación media es de 1,7 personas por trayecto en Europa, mientras que en Blablacar es de 2,8. Es en este entorno donde la EC vive un crecimiento espectacular. Se concreta que las empresas dedicadas a este negocio facturarán un volumen de negocio de 322.000 millones de euros en 2025 siendo esto facilitado por un soporte tecnológico paralelo. Tiene gran incidencia en dichos hechos la institución y mejora continua de la banda ancha móvil y la evolución de los 'smartphones' que hacen posible que negocios como Uber o Wallapop nazcan como nativos móviles (López-Zafra, 2016). Por último, cabe destacar que gran cantidad de los nuevos sistemas de EC implican un crecimiento del grado en el que se comparte el uso de bienes y, por ello, una gran separación entre la propiedad y la utilización de estos (Doménech, 2015).

En los sistemas tradicionales de producción y consumo, la correlación entre ambos conceptos es más fuerte, implicando elevados niveles de exceso de capacidad o infrautilización de recursos mientras que otros son sobreexplotados. Un caso único es el de los turismos, ya que se calcula que permanecen inmovilizados entre el 92% y el 96% de su vida útil, dedicando un alto porcentaje de suelo urbano a dicho fin.

Los nuevos sistemas de EC referidos a la compartición de coches hacen que dichos porcentajes se vean minorados, reduciendo drásticamente los costes que conllevan su disfrute.

De esta manera, se pueden satisfacer las mismas necesidades de movilidad utilizando tanto menos automóviles como menos plazas de aparcamiento, aminorando la infrautilización de vehículos y la sobreexplotación de suelo.

Las actividades de compartición comentadas se pueden ejecutar con o sin ánimo de lucro, tal y como representarían, respectivamente, la prestación de servicios de alojamiento de AirBnB y la creación de la Wikipedia. Muchas de las empresas que han prosperado en este sector, han proporcionado a los consumidores acceso a bienes o servicios concretos a través de una plataforma digital simplificando las transacciones. Un ejemplo de estos modelos Business to Consumer o B2C sería la empresa Zipcar, poseedora de una flota de automóviles que ofrece la posibilidad de utilizarlos durante periodos y desplazamientos muy cortos. En cambio, otras organizaciones se limitan a ser intermediarias a través de algún dispositivo tecnológico, entre individuos que comparten bienes o se prestan determinados servicios. Ejemplos de estos sistemas Consumer to Consumer o C2C serían Uber, Blablacar, AirBnB y Taskrabbbit. Por último, cabe destacar que en el caso de Taskrabbbit, las actividades carecen de regulación específica, mientras que Uber y AirBnB han sido sometidos a una gran intervención pública que ha restringido notablemente la libertad de los particulares para realizarlas.

II.2 CLAVES DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

Como se ha mencionado con anterioridad, existen formas de consumo diferentes derivadas de nuevas formas de organización entre agentes económicos. Este fenómeno gira en torno a los siguientes conceptos: Economía Colaborativa, Consumo Colaborativo, Economía de Compartición y Economía de Iguales. A continuación, se procederá a explicar cada concepto según el pensamiento de Botsman y Rogers recogidos en su libro “What´s mine is yours: the rise of collaborative consumption” (2010), considerados como líderes del pensamiento colaborativo.

La EC, añadiendo a la definición previa, se basa en la interconexión entre individuos y comunidades que transforman la forma de producir, financiar, prestar y consumir. Su novedad radica en el uso y beneficio de todas las posibilidades que manifiestan las tecnologías informáticas.

El Consumo Colaborativo (CC) consiste en la unión entre los conceptos por separado de consumo y colaboración.

Por tanto, hace referencia a la idea de compartir los recursos que pone a disposición el propietario, de modo que lo que se cambia no es lo que se consume, sino cómo se consume. Dicho de otro modo, se trata del trabajo conjunto entre diferentes personas en unos bienes o servicios determinados que están destinados a satisfacer las necesidades de dicho conjunto de personas.

Por último, aparecen los conceptos de Economía de Compartición o *sharing economy* y la Economía de Iguales o *peer economy* cuyos significados son totalmente diferentes. Por un lado, la economía de compartición se fundamenta en el intercambio de recursos infrautilizados por los propietarios y que comparten a cambio de una remuneración económica o no. Por otro lado, la economía de iguales sugiere el intercambio entre particulares que se basan totalmente en la confianza entre ambos, facilitando tanto la compraventa como el compartir los productos y servicios.

Todas las definiciones poseen algo en común: el intercambio de productos o servicios sin necesidad de su posesión. Esta característica ha sido denominada por Botsman y Rogers (2010), como Consumo Basado en el Acceso. Dicha hipótesis menciona la configuración de una comunidad a través de las relaciones interpersonales entre personas consideradas como iguales y producidas en las relaciones de intercambio (peer-to-peer).

II.3 CAUSAS DEL SURGIMIENTO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

El surgimiento de la EC (Doménech, 2015) se debe al “progreso experimentado por las tecnologías de la información, que ha posibilitado abaratar exponencialmente las actividades de obtención, almacenamiento, procesamiento y comunicación de información que los individuos deben llevar a cabo para colaborar en la producción y consumo de bienes y servicios, intercambiándolos o compartiéndolos”. Se refleja en empresas como Uber o Lyft, donde los siguientes avances tecnológicos han sido fundamentales en su éxito:

- a) *Internet*, que permite conectar a multitud de personas interesadas en utilizar u ofrecer determinados servicios.
- b) *GPS*, que permite localizar con facilidad, rapidez y precisión a quienes demandan u ofertan los servicios planteados.

c) *Teléfonos móviles inteligentes*, cuya difusión permite solicitar fácilmente los servicios en cualquier momento y lugar.

d) *Plataformas de pago telemáticas*, que permiten evitar el incómodo pago en metálico.

Por otro lado, la crisis económica ha favorecido la introducción de la EC ya que el deterioro de las condiciones económicas ha estimulado el desarrollo de este tipo de actividades con el fin de obtener ingresos o disfrutar de bienes o servicios a los que no podrían acceder en las condiciones de los sistemas tradicionales. Por último, han contribuido a su auge tanto la preocupación medioambiental como los factores culturales. El primero lo corrobora el hecho de que gran variedad de formas de la EC permiten utilizar de manera eficiente y sostenible los recursos naturales, reduciendo los costes medioambientales. Los factores culturales han mejorado la situación basándose en la necesidad de socialización debido a que las plataformas posibilitan la interacción con una comunidad de individuos. Sin embargo, en realidad, el verdadero protagonista detrás de su auge es el ciudadano empoderado y conectado, que debido a sus aptitudes, habilidades y tiempo es capaz de obtener diferentes formas de ingresos, no provenientes del empleo tradicional, a través de distintos caminos y ejerciendo su actividad dentro de las plataformas de economía colaborativa. De ahí que se denomine a este nuevo tipo de agente económico “Ciudadano Productor de Valor”², el cual ha adoptado cotidianamente las diferentes formas de la EC.

II.4 RAZONES ECONÓMICAS A FAVOR Y EN CONTRA DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

II.4.1. Costes de transacción y asimetrías de información

Los individuos colaboran voluntariamente en tareas de producción y consumo gracias a las nuevas tecnologías, pero, presumiblemente, si son beneficiosas para todos. De este modo, como ha señalado Doménech (2015), se eliminan algunos impedimentos.

Por un lado, los costes de transacción, que son aquellos suscitados de la búsqueda de información subjetiva y objetiva de la operación, los derivados de las costosas

² Ver iSocial. (2016).

negociaciones para la cooperación y del establecimiento de los mecanismos apropiados para la verificación y confirmación de los pactos contraídos.

Por otro lado, la existencia de asimetrías de información, es decir, situaciones en las que una parte posee más información que la otra y de la que depende el buen resultado del negocio. Además, pueden generar un fenómeno de selección adversa que concluya en el colapso del mercado.

Como solución, las nuevas tecnologías han permitido solventar dichos problemas ya que han abaratado todas las operaciones, desde la obtención del servicio hasta la localización y unión de individuos interesados en acuerdos beneficiosos para ambas partes. De este modo, tomando Uber como ejemplo, simplemente con un teléfono se puede contactar fácilmente y en cualquier momento con otra persona dispuesta a transportarlo por un precio fijado. Asimismo, se añade el gran valor que aportan los pagos electrónicos como método de eliminación de riesgos e incomodidades del pago en metálico. La guinda resulta del hecho de que los usuarios puedan conocer cómodamente las evaluaciones de los servicios prestados por un mismo conductor a través de otros usuarios, lo que neutraliza las asimetrías de información entre ambos.

II.4.2. Externalidades negativas

De acuerdo con Doménech (2015), tanto los mecanismos tradicionales como la economía colaborativa pueden presentar externalidades negativas. Las externalidades negativas se refieren a los costes sociales que soportan los individuos que no realizan las actividades y que disminuyen el bienestar social. Un ejemplo serían los servicios de alquiler de viviendas, en los cuales son los vecinos quienes sufren las molestias. Los alojamientos tradicionales (hoteles) no presentarían esos problemas.

II.5 VENTAJAS E INCONVENIENTES DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

II.5.1 Ventajas

A favor de los negocios basados en EC, se destacan las siguientes ventajas (Méndez Picazo y Castaño Martínez, 2016):

- 1) Cuando la tasa de desempleo es alta, la EC resulta provechosa puesto que genera puestos de trabajo.

Un ejemplo de esto es la crisis sufrida en España desde 2008, que originó una gran caída del empleo, que con el paso del tiempo se ha ido recuperando en parte gracias a las nuevas oportunidades laborales. Por otro lado, es también aquí donde incide el tipo de puesto de trabajo puesto que, tratándose de empleos estacionarios los relacionados con la EC, ha podido minimizar la necesidad de solicitar préstamos para cubrir los períodos sin ingresos³.

- 2) La EC ha supuesto un impacto positivo debido al estímulo del consumo, el aumento de la productividad, la innovación y el emprendimiento que da lugar al crecimiento económico y el bienestar. Por un lado, se ha potenciado el trabajo independiente a particulares ya que sirven de actividades complementarias a sus trabajos. Por otro lado, cabe destacar la importancia del papel que juega el nivel de renta de los individuos, ya que cuanto menor es ésta, más proclives son a la utilización de la EC, y, como se ha comentado en el párrafo anterior, la situación nacional ha propiciado que en los últimos años este modelo económico se haya extendido a gran velocidad.
- 3) Se ha producido una mejora en la calidad de los productos/servicios debido al incremento de la competencia (entrada de nuevos proveedores), permitiendo que se pueden ajustar mejor los precios. Además, se procura alargar el ciclo de vida de los productos ya que se les da una nueva oportunidad de modo que nuevas personas aprecien su valor. Es decir, se reciclan y ello también supone un ahorro para los consumidores debido a que cada vez se está más a favor del disfrute que de la posesión de ellos.
- 4) Una ventaja muy relevante asociada a esta corriente y cuya importancia está en aumento resulta de la mejora de la eficiencia a la hora de emplear los recursos, tanto naturales como medioambientales, debido a actividades como la compartición de vehículos. Ello genera un desarrollo sostenible y beneficio medioambiental.

³ Interxion. (2016).

II.5.2 Inconvenientes

En contraposición, se encuentran una serie de inconvenientes (Méndez Picazo y Castaño Martínez, 2016):

- 1) La incursión de estos negocios y su veloz expansión ponen de manifiesto los vacíos legales y la competencia desleal. Esto supone importantes roces entre negocios tradicionales y de consumo colaborativo además de ineficiencias en el mercado.
- 2) Se considera la reputación como un activo y se puede distorsionar su valía de modo que se estimulen incentivos que beneficien o dañifiquen a algunos individuos. Para establecer confianza se debería añadir una responsabilidad legal como garantía para que ninguna persona quede al azar si aparece algún error en el intercambio.
- 3) La EC utiliza como herramienta imprescindible la tecnología y las plataformas digitales, lo que supone un riesgo de privacidad para los usuarios. Esta desventaja se liga profundamente con la anterior ya que, en dichas redes, un exceso de comentarios negativos o reclamaciones pueden provocar el cierre de la plataforma.
- 4) Menor importancia capital de la propiedad en el uso de los bienes que puede traducirse en una menor demanda de bienes y un retroceso de la producción.
- 5) Exceso de riqueza para los propietarios debido a los altos beneficios que obtienen de las actividades colaborativas lo que se traduce en costes y beneficios difíciles de concretar.

III. UBER

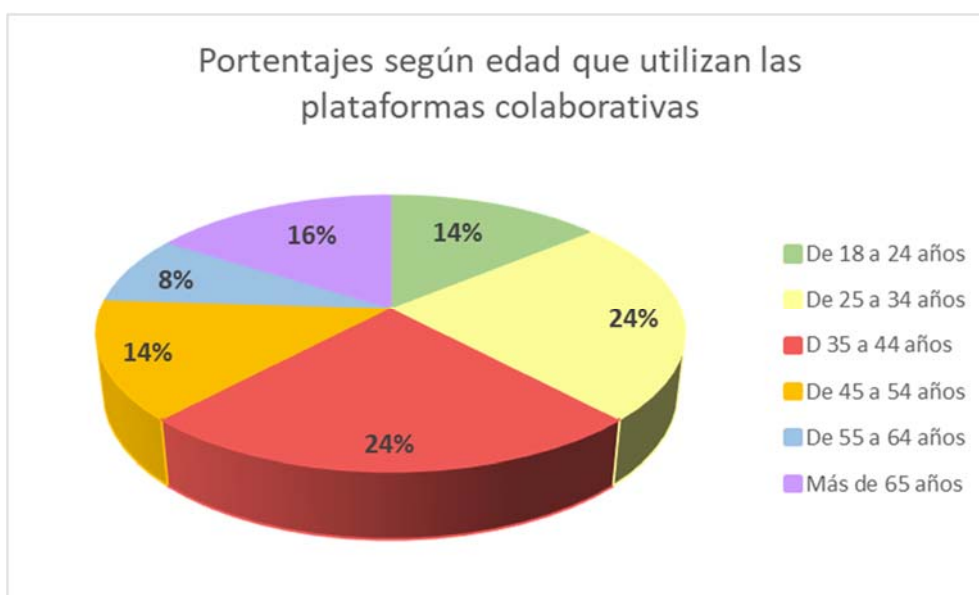
Según un estudio de la CNMC, los tres tipos de servicios colaborativos que más demanda tienen en España son la compraventa de segunda mano, la búsqueda de alojamiento en casas de particulares y los desplazamientos de coche.

Los servicios que ofrecen las principales operadoras de nuestro país (Wallapop, AirBnB y Uber) sirven como meros intermediarios entre ofertantes y demandantes con la peculiaridad de no poseer bienes tangibles a la venta. Todo apunta a que no será una tendencia pasajera ya que cada vez son más los casos de éxito de este tipo de compañías.

Para que su negocio sea rentable, lo ideal es obtener un mayor beneficio con una menor inversión y esto es la base del éxito de este tipo de empresas.

Más concretamente y analizando el tipo de usuarios que utilizan plataformas colaborativas según su edad (Gráfico 1), se observa que los que más utilizan dichas plataformas son aquellos situados entre los 25 y 44 años, representando un 48% del total. Esto se debe a que la mayoría de los servicios ofertados están destinados a gente joven, aunque cada vez gente más mayor las utiliza a pesar de que les cueste más habituarse al uso de internet.

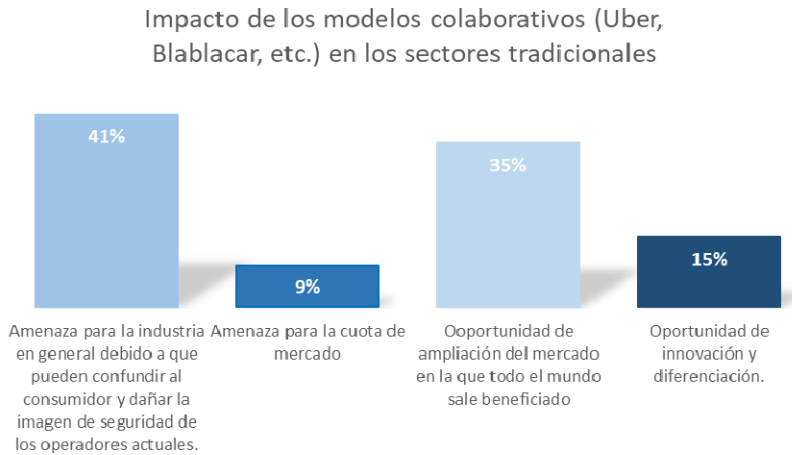
Gráfico 1. Porcentajes en función de la edad que han utilizado plataformas colaborativas.



Fuente: Elaboración propia (Growly, 2018).

Pero, la cuestión es si los servicios proliferados en torno al consumo colaborativo tendrán un fuerte impacto en los sectores tradicionales y si los consumidores van a optar por el alquiler en vez de por la propiedad. Observando el Gráfico 2 extraído del informe turístico Expectativas 2015, realizado por Deloitte (2015), los modelos colaborativos resultan una clara amenaza para los sectores tradicionales ya que pueden confundir al consumidor al mismo tiempo que dañan la imagen de seguridad de los operadores actuales. Pero, algunas empresas tradicionales consideran que la economía colaborativa es una oportunidad, representando un 50%.

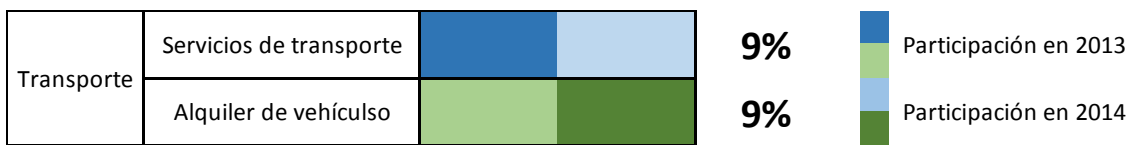
Gráfico 2. La opinión de las empresas tradicionales sobre los nuevos modelos colaborativos



Fuente: Elaboración propia (Hosteltur, 2015).

Por último, analizando la evolución de las plataformas colaborativas en el sector del transporte (Gráfico 3), se observa que la incidencia es de un 9% sobre el total de sectores en los que participa la economía colaborativa.

Gráfico 3. Evolución de la participación en la economía colaborativa del sector del transporte.



Fuente: Elaboración propia (Owyang, 2014)

En conclusión, queda totalmente plasmada la penetración de las empresas de la EC en los sectores tradicionales. No es de extrañar que las empresas tradicionales estén presentando multitud de denuncias y quejas puesto que les suponen una gran amenaza de mercado. Sobre todo, piden más regulación de las empresas de la EC puesto que consideran que no tienen los mismos derechos y obligaciones cuando desarrollan los mismos servicios.

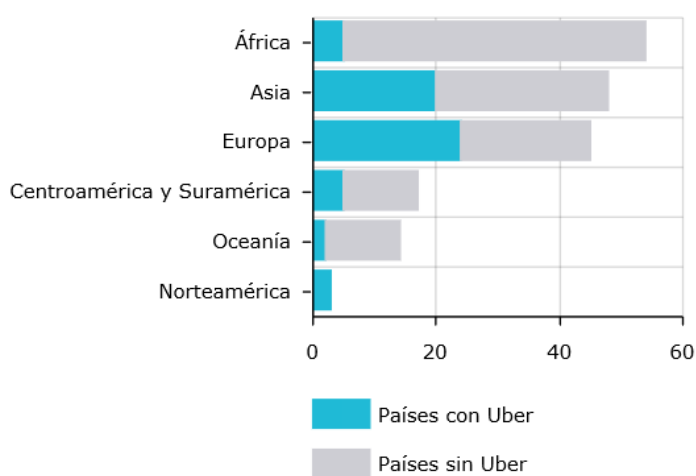
III.1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA Y DE SU APLICACIÓN

Uber fue fundada por Garrett Camp y Travis Kalanick en 2009 en San Francisco (California) donde inició su actividad, aunque se expandió rápidamente a otros muchos países creciendo tanto en dimensión como en financiación.

De hecho, el banco de inversión Goldman Sachs y Google son dos de sus principales inversores. Esta compañía basa su actividad central en la mediación entre usuario y conductor garantizando el éxito de un desplazamiento en concreto, recibiendo una tasa fija del 20% del precio, de modo que obtiene una ganancia económica por cada transacción.

La empresa posibilita una producción diaria de un millón de viajes realizados con su aplicación y según datos de 2014, ya se encontraba presente en más de 50 países por todo el mundo (Huet y Forbes, 2014). Además, según la publicación “Uber technologies Inc.” del diario The Wall Street Journal, publicado en 2015, dicha empresa contaba con una nueva oleada de financiación que valoraba la compañía en 50.000 millones de dólares, un acontecimiento insólito para una empresa de tan corta vida. Debido a esto, se incorporan nuevos inversores como Microsoft o Bennett Coleman & Co (Macmillan y Demos, (2015). En 2017, Uber se encuentra presente en 59 países ubicados en las siguientes regiones mostradas en la figura 1.

Figura 1. Uber por regiones en el mundo⁴



La aplicación de Uber (Uberpop) está disponible tanto para el sistema operativo Android como iOS, utilizando el GPS integrado del dispositivo móvil inteligente. Así, con su utilización, se consigue conectar al usuario con el conductor que se encuentre más cercano a él o pueden pactar un lugar donde sea recogido. Además, para facilitar la comunicación, la aplicación registra el teléfono del individuo que vaya a utilizar el servicio con el fin de avisarle de su recepción vía mensaje de texto (Uber, 2015).

⁴ El Tiempo. (2017)

El principal aspecto a destacar de esta aplicación es el mecanismo a través del cual se fija la tarifa de la “carrera”, es decir, se puede consultar con antelación cuáles son los costes de los diferentes trayectos en función de la localización en la que se encuentra el usuario. Por otro lado, llama la atención el método de pago, el cual se realiza a través de una tarjeta que se introduce previamente y se carga en el momento en el que se llega al destino enviando un recibo al correo electrónico facilitado por el usuario; pudiendo también compartir la tarifa si el viaje ha sido compartido (Uber, 2015).

Desde el punto de vista del conductor, obtienen ingresos semanales independientemente del horario que realicen, en función de la información prestada por la empresa (Uber, 2015). La clave del éxito de Uber resulta de la utilización de los propios coches de los conductores, haciendo que el precio dependa tanto del tipo de coche como de la flexibilidad horaria. Mencionar que la app permite a los usuarios valorar el servicio mediante una nota de 0 a 5 estrellas, donde dejarán constancia de sus impresiones y valoraciones sobre el conductor y que otros posibles usuarios pueden consultar.

III.2 UBER Y LA ECONOMÍA COLABORATIVA

Uber nace de la EC, aunque sin embargo, no lo es. Se trata de una de las startups más rentables nacidas en los últimos años pero responde a un curioso modelo de negocio puesto que es la compañía de taxis más potente del mundo. Su estructura es pequeña, pero es capaz de incrementar en 10 veces sus ganancias de forma constante y exponencial basando su modelo de negocio en la no posesión de activos que ofrece en propiedad ni pagando alquiler por ellos.

La clave está en que consigue rentabilizar al máximo unos activos que no posee. Simplemente son intermediarios que descartan intervenciones, facilitando dichas transacciones. Atendiendo a empresas de alquiler de coches, como se ha comentado en el párrafo anterior, Uber es la empresa de taxis con mayor volumen que ni tiene taxis en propiedad ni un taxista en nómina. Dichos “taxistas” no son profesionales, solamente ejercen con el objetivo de obtener ingresos extra. Independientemente, para garantizar la satisfacción del cliente, existe un sistema de votaciones y valoraciones que genera una relación de dependencia, lo que obliga a hacer que la experiencia sea gratificante, donde conductor y cliente pondrán de su parte para cumplirlo.

De todos modos, la novedad reside en el papel del consumidor. Su modelo funciona a la inversa que el sistema tradicional. Si en el tradicional el distribuidor o intermediario se centra en el proveedor buscando los mejores proveedores ya que con los mejores productos captará a los clientes; en este, se busca captar a los clientes o consumidores y los proveedores vendrán solos puesto que, si consiguen muchos clientes, los proveedores aparecerán. Pero, el principal problema al que se enfrenta es la regulación, que avanza despacio mientras que la tecnología lo hace a pasos colosales.

III.3 LEGISLACIÓN DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN LA UNIÓN EUROPEA Y CÓMO AFECTA A UBER

III.3.1 Legislación europea

III.3.1.1 Requisitos de acceso al mercado

De acuerdo con la legislación de la Unión Europea, los requisitos de acceso al mercado deben estar proporcionados y justificados sin privilegiar un modelo de negocio en detrimento de otro.

- Prestación de servicios profesionales

Atendiendo a la legislación de la UE y en particular las libertades fundamentales del Tratado y la Directiva de servicios (artículos 9 y 16 de la Directiva 2006/123/CE) y los artículos 49 y 56 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, TFUE), los prestadores no deben verse sometidos a requisitos de acceso o de cualquier otro tipo, como regímenes de autorización o concesión de licencias, que sean necesarios para alcanzar un objetivo de interés público identificado y limitados a lo estrictamente necesario (artículo 4 de la Directiva de servicios).

- Prestación de servicios entre pares

En cuanto a EC se refiere, para evaluar si un requisito de mercado es necesario, está justificado y es proporcionado, ha de valorarse la importancia de si los servicios son ofrecidos por prestadores profesionales o más bien por particulares de manera esporádica. La legislación de la UE no establece expresamente cuándo un par se convierte en prestador de servicios profesional en la economía colaborativa (artículo 4 de la Directiva de servicios).

Cada estado utiliza unos criterios distintos para distinguir entre ambos conceptos. Por ejemplo, en el sector del transporte “están preparando la exención de los servicios de transporte de personas a pequeña escala de los requisitos para la concesión de licencias” (Comisión Europea, (2016).

- Plataformas colaborativas

Su acceso se verá restringido en función de la naturaleza de sus actividades. Dichas plataformas proporcionan un “servicio prestado normalmente a cambio de una remuneración, a distancia, por vía electrónica y a petición de un prestatario” (artículo 2 de la Directiva de servicios y artículo 1 Directiva 2015/1535), ofrecen un servicio de la sociedad de la información. Con lo cual no resultan sujetas a autorizaciones previas o requisitos equivalentes (artículo 4 de la Directiva sobre comercio electrónico). De este modo los Estados solo pueden imponer requisitos a aquellas que ofrecen dichos servicios de forma transfronteriza desde otro Estado miembro (artículos 2 y 3 sobre el comercio electrónico).

Sin embargo, puede haber ocasiones en las que ofrezcan otros servicios, en los que actúan como intermediarias entre prestadores y usuarios y, en este caso, podrían estar sujetas a la normativa sectorial específica, donde sí aparecen ciertos requisitos.

III.3.1.2 Regímenes de responsabilidad

Las legislaciones nacionales de los Estados miembros recogen las normas sobre responsabilidad contractual y extracontractual. Pero, es en la legislación de la Unión Europea donde las plataformas están determinadas como condiciones exentas de la responsabilidad de información que almacenan. Resulta de suma importancia determinar si las plataformas colaborativas pueden beneficiarse de esta condición en función del nivel de conocimiento y control de la plataforma con respecto a la información que almacena (Artículo 14 de la Directiva sobre comercio electrónico).

En conclusión, las plataformas colaborativas deben adaptar medidas para combatir los contenidos ilícitos y aumentar la confianza. Estas medidas no significan que automáticamente las plataformas que se benefician de la exención de responsabilidad no puedan seguir haciéndolo (artículo 15 de la Directiva sobre comercio electrónico).

III.3.1.3 Protección de los usuarios

En la actualidad, la legislación de la UE sobre consumidores y comercialización se basa en la distinción entre comerciante y consumidor y se aplica a cualquier plataforma colaborativa que reúna las condiciones para ser considerada un comerciante y que participe en prácticas comerciales frente a los consumidores (Comisión Europea, 2016). Pero, ha de mencionarse que no se hace referencia a las transacciones entre consumidores y por ello, se plantea la cuestión sobre las condiciones que deben darse en una prestación de servicios. Ello ha provocado multitud de enfoques diferentes según los Estados miembro. Por último, desde el punto de vista de la protección del usuario, las plataformas colaborativas han de cumplir con el marco jurídico referido al tratamiento y protección de datos personales, regulando para cada sector los requisitos necesarios para la prestación de servicios en colaboración (artículo 6 de la Directiva sobre los derechos de los consumidores, artículo 22 de la Directiva de servicios y artículo 5 de la Directiva sobre el comercio electrónico).

III.3.1.4 Fiscalidad

- Adaptación a nuevos modelos de negocio

Como cabe esperar, la economía colaborativa está sujeta a la normativa fiscal, la cual incluye las normas sobre el impuesto sobre la renta de las personas físicas (IRPF), impuesto de sociedades (IS) e impuesto sobre el valor añadido (IVA). Pero, este tipo de actividad económica ha dado lugar a dudas sobre el cumplimiento y ejecución de las obligaciones fiscales debido a la falta de información sobre los prestadores de servicios o a dificultades para identificar a los contribuyentes y los ingresos imponibles entre otros (Comisión Europea, 2016). Debido a esto, los Estados miembros deben aplicar obligaciones fiscales parecidas desde la perspectiva funcional de las empresas que prestan servicios semejantes. Además, la EC ha creado nuevas oportunidades para ayudar a las autoridades fiscales y los contribuyentes a efectuar sus obligaciones fiscales debido a la mayor rastreabilidad permitida por la intermediación de las plataformas.

- Reducción de la carga administrativa

Se trata de medidas que postulan reducir la carga administrativa para las personas y empresas sin discriminar entre modelos con el fin de fomentar el crecimiento económico.

Sin embargo, puede aumentar dicha carga para las acciones colaborativas según el tratamiento de cada plataforma por las autoridades fiscales nacionales (Comisión Europea, 2016).

- Impuesto sobre el valor añadido

Todos los intercambios realizados entre plataformas colaborativas y usuarios son transacciones sujetas a IVA. La Comisión está procurando tomar nuevas iniciativas para incrementar la capacidad de las administraciones fiscales en el marco del plan de acción sobre el IVA (Com 148, 2016).

III.3.2 ¿Cómo afecta a Uber la legislación?

En este apartado, se analizarán los diferentes sucesos ocurridos en los países en los que opera Uber poniendo de manifiesto la globalidad del fenómeno de la lucha entre el sector del taxi y dicha empresa. Comenzando por el lugar de origen de Uber, EE. UU., se encuentran tres ejemplos dignos de estudio:

- *Portland-Oregón* (Roth, 2014), donde la empresa suspendió sus actividades durante tres meses para que la ciudad pudiera rehacer la normativa aplicable al sector del taxi. Sin embargo, tras este período Uber defendía continuar operando con independencia de si se hubieran producido o no los cambios normativos, a lo que la ciudad comunicó que no habría cambios en sus ordenanzas para homologar los vehículos de Uber a los taxis.
- *Carolina del Sur*, donde se impidió que Uber operara hasta que obtuviera la certificación estatal exigida (Columbia, 2015). La denominada “Public Service Commission” puso a disposición el cese y renuncia por dicha exigencia ya que la compañía no contaba con el requisito fundamental de poseer el certificado de conveniencia y necesidad pública para operar con normalidad y con el que también contaban los taxis.

- *Nueva York*, donde está permitida la actividad de la compañía, aunque nuevamente los taxistas han demandado tanto a la ciudad como a la “Taxi and Limousine Commission” (Statt, 2015). ya que reclaman que Uber está afectando negativamente a sus negocios.

Pasando ahora al estudio de países europeos, merece la pena desatacar los siguientes ejemplos:

- En *Ámsterdam*, un tribunal dictaminó una sentencia preliminar en la que Uber no podía trabajar con conductores que no posean una licencia de taxi⁵. Así, el Tribunal de Apelaciones mantuvo los juicios del Ministerio de Transporte con relación al incumplimiento de la normativa reguladora del sector del taxi.
- En *Milán*, un tribunal decidió bloquear la aplicación Uberpop puesto que las asociaciones de taxistas alegaban que se trataba de competencia desleal ya que cualquiera podía ofrecer sus mismos servicios sin licencia. Uber mostró su descontento anunciando su actuación en contra de las medidas adoptadas. Al mismo tiempo, la asociación de consumidores italiana lamentaba el gran daño que había provocado esta sentencia por privarles de estos servicios⁶.
- Se produjeron continuas manifestaciones de taxistas en varias ciudades de *Francia*, con el fin de acabar con su competidor Uber. Fue Bernard, Cazeneuve, ministro de interior, quien trató de mediar entre ambas partes concluyendo en que se trataba de un servicio ilegal⁷. Pasado este enfrentamiento, se suspendió Uberpop, tal como anunciaba Thibaud Simphal, director de Uber Francia⁸, asegurando la supervivencia de Ley Thévenoud. Dicha ley hace referencia a la normativa que regula actividad de los taxis y vehículos de transporte con chófer o VTC (Loi n° 2014-1104).
- En *Portugal*, se vetó la ley que legalizaba Uber, a pesar de que la Asamblea de la República aprobó la legislación reguladora de las plataformas de transporte. Se trataba de dar con un equilibrio entre taxistas y conductores de Uber. En contraposición, Uber ha presentado un recurso a la decisión judicial por la suspensión de sus operadores y han conseguido funcionar dentro del vacío legal (Hernández-Morales, 2018).

⁵ The Associated Press. (2014).

⁶ El País. (2015).

⁷ Le Monde. (2015)

⁸ Le Monde. (2015). *Uber*.

III.3.2.1 El caso Uber en España

Resulta imprescindible a efectos de este trabajo analizar los diferentes acontecimientos ocurridos entre Uber y el gremio de los taxistas debido a su importancia mediática en nuestro país. Los problemas más importantes se han producido en las principales ciudades españolas, Madrid, Barcelona o Valencia, debido a que son las que concentran mayor cantidad de población, así como del uso del transporte. Es en dichas localidades donde la oposición de los taxistas ha sido brutal, apuntando que les perjudica desde el punto de vista de laboral y que consideran como un acto de competencia desleal.

La Consejería de Transportes de la Comunidad de Madrid, en diciembre de 2014, y a través de un auto del Juzgado de lo Mercantil nº2 ordenó el cese de Uberpop en España. El magistrado de ese momento se basa en el artículo 15 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal (en adelante, LCD). Dicho artículo hace referencia a la violación de normas (BOE, 2014):

- 1) Se considera desleal prevalerse en el mercado de una ventaja competitiva adquirida mediante la infracción de las leyes. La ventaja ha de ser significativa.
- 2) Tendrá también la consideración de desleal la simple infracción de normas jurídicas que tengan por objeto la regulación de la actividad concurrencial.
- 3) Igualmente, en el marco de lo dispuesto en el artículo 2, se considera desleal la contratación de extranjeros sin autorización para trabajar obtenida de conformidad con lo previsto en la legislación sobre extranjería.

Según esto, se consideran suficientes elementos que defienden la adopción de medidas lo antes posible. Pero, Uber reaccionó denunciando ante la Comisión Europea alegando el quebranto de la normativa europea con la prohibición de su actividad en España⁹. También se argumentó que los sectores tradicionales debían adaptarse a las nuevas plataformas ya que su actividad no era la misma que la ofertada por los taxistas. Sin embargo, todavía no se han tomado medidas puesto que no queda claro si se puede sancionar a la empresa Uber ya que, si resulta ilegal, la contratación de sus empleados en Uber Systems Spain supone no darles de alta en la Seguridad Social.

⁹ Europa Press. (2015).

Concluyendo, la entrada de Uber en España supuso una plataforma muy innovadora que revolucionó la forma del transporte de viajeros, aunque la compañía ha cometido una serie de errores que la han llevado al declive en este país (Otto, 2015):

- 1) *Saltarse la ley.* Según la Ley de Ordenación de Transportes Terrestres (LOTT), Uber necesitaría una licencia VTC para ofrecer su servicio, que sí es considerado como el del taxi. Por otro lado, España no permite la percepción dineraria directa o indirecta por el transporte particular. Aun así, saltarse la ley le ha beneficiado en el sentido de que ha revolucionado al sector, quedando en duda su desconocimiento por la legislación.
- 2) *Enfrentarse a todo el mundo (salvo a los usuarios).* Desde su inclusión en el mercado español, Uber ha tratado de arrasar con políticos y taxistas a pesar de mostrar una imagen conciliadora y dialogante.
Se plasma en su actitud de pretender cambios legislativos para la adaptación de los demás a sus propios intereses.
- 3) *Empleo.* La cuestión es si crea o no puestos de trabajo. La respuesta es no. La startup permite a miles de conductores ganar dinero pero en España pretende reflejar que se considera economía colaborativa, lo cual ha quedado ya zanjado que no lo es. Por lo tanto, los conductores han de ser empleados.
- 4) *Pésima campaña de comunicación.* El equipo de Uber ha demostrado su ambigüedad a la hora de posicionarse.
- 5) *Traición hacia sus conductores.* En España ha quedado claro que los conductores han abandonado su relación con la compañía. En la aparición de los primeros problemas con Uber, la empresa decidió echar la culpa a sus conductores, proponiendo que ellos deberían ser los demandados ya que son quienes dan el servicio, lo cual se tradujo en desprecio.

Pero la condena a Uber comenzó el 29 de octubre de 2014 cuando la asociación catalana Élite Taxi demandó ante el Juzgado de lo Mercantil número 3 de Barcelona que Uber llevaba a cabo prácticas y actos desleales. Fue en este momento donde apareció la intervención del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (de ahora en adelante TJUE) que en diciembre de 2017 declaró que el sector del taxi tenía razón (Madridiario, 2017). El fallo considera que “ha de considerarse que un servicio de intermediación como el controvertido, que tiene por objeto poner en contacto, mediante una aplicación para smartphones, a cambio de una remuneración, a conductores no profesionales que utilizan

su propio vehículo con personas que desean efectuar un desplazamiento urbano está indisociablemente vinculado a un servicio de transporte” (Diariocrítico, 2017). Según la corte de Estrasburgo, los servicios ofrecidos por Uber están comprendidos en el ámbito del transporte de modo que cada estado miembro puede regularlo como crea conveniente.

Ante ello, Uber ha objetado que su actividad se basa en una aplicación móvil enmarcada en la sociedad de la información señalando que esta sentencia no hace que cambie en nada su operativa. El concepto de sociedad de información se interpreta a través de la tecnología que facilita la creación, distribución y manipulación de información desempeñando un papel de gran importancia en actividades sociales, culturales y económicas. De este modo, apela que se trata de una plataforma tecnológica extendida por una app telefónica por lo que no puede considerarse una empresa de transporte.

El TJUE no ha aceptado sus argumentos y ha concretado oficialmente que cumple con las mismas funciones que los taxistas, exigiendo que se registre como empresa de transporte y, por tanto, con las consiguientes licencias oportunas (Madridiario, 2017).

Debido a esto, el pasado 20 de abril de 2018, el gobierno español anunció un Real Decreto Ley en el que se apoyaba definitivamente al sector del taxi. De este modo, el decreto consagra el límite para que como máximo pueda haber una licencia de vehículo de alquiler con conductor (VTC) por cada 30 de taxi. Según esto, la modificación de la LOTT concede a las comunidades autónomas el poder para denegar el otorgamiento de nuevas autorizaciones de VTC si se sobrepasa el límite, consagrando la limitación a dichas licencias de realizar el 80% de sus trayectos dentro de su comunidad autónoma y solo un 20% fuera de ella (Muñoz, 2018). El decreto figura ya en el Reglamento de la Ley de Ordenación del Transporte Terrestre (LOTT), aunque lo han establecido como ley para una mayor protección de los taxistas si se genera algún fallo desfavorable en el Tribunal Supremo, que es quien juzga el caso. Esto se debe a que la Comisión Nacional de la Competencia (CNMC) ha considerado estas resoluciones desproporcionadas e injustas recurriendo al Tribunal Supremo. Ahora el Congreso cuenta con 30 días para aprobar el decreto desde que se publique en el Boletín Oficial del Estado.

III.4 ANÁLISIS NORMATIVO

III.4.1. ¿Debe regirse por la normativa reguladora de competencia desleal?

Independientemente del origen de la información, todas las fuentes giran en torno a una misma acusación hacia Uber: la cuestión sobre si es o no un competidor desleal. Su actividad genera gran malestar en el sector del transporte, sobre todo, en el transporte terrestre, debido al incumplimiento de ciertos requisitos como las autorizaciones administrativas que los rivales sí han de cumplir.

La libertad de empresa está amparada por el artículo 38 de la Constitución española, cuya regulación legal supone la desconfianza y eliminación de actos que perturban la concurrencia en el mercado, llegando a afectar tanto a ofertantes (productores, intermediarios y empresas) como a demandantes (usuarios y consumidores). Estas prácticas desleales aparecen en el ordenamiento jurídico español, Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, e introducen los actos de competencia desleal, tal y como se explica en el apartado legislativo de economía colaborativa presente en dicha ley.

Con el objetivo de comprobar si las acusaciones de competencia desleal a Uber son en vano, se basará el estudio en el artículo 15 de la citada ley, donde se habla de la violación de las normas. Atendiendo al artículo 15.1 de la Ley de Competencia Desleal (de ahora en adelante LCD) en el que “se considera desleal prevalerse en el mercado de una ventaja competitiva adquirida mediante la infracción de las leyes. La ventaja ha de ser significativa”. Se observa que han de concurrir dos condiciones para que la conducta sea susceptible de incluirse en este presupuesto de hecho. En primer lugar, se trata de la “infracción de leyes” por lo que ha de quebrantarse alguna ley para adquirir una ventaja en el mercado. Pero, la duda surge de si se ha de aceptar la ley en su sentido formal o si debe adoptarse un sentido material puesto que es una norma de ámbito general. En el segundo apartado de este mismo artículo dispone que “tendrá también la consideración de desleal la simple infracción de normas jurídicas que tengan por objeto la regulación de la actividad concurrencial” lo cual todavía genera mayor confusión. Por lo tanto, mientras que en el artículo 15.2 LCD se refiere a normas jurídicas (sentido material), el 15.1 LCD hace referencia al concepto de ley en sentido formal.

Lo curioso es que todas estas exposiciones vienen enmarcadas en una argucia teórica y la doctrina reconoce que las alusiones a las normas de ambos artículos deben equipararse, en cuanto se refiere a normas jurídicamente vinculables (Martínez et al, 2009). Cabe decir que no toda ventaja competitiva es el resultado de una infracción legal.

Se puede interpretar según diferentes aplicaciones reflejadas en la jurisprudencia. La STS (Sala de lo Civil, Sección 1ª) n°512/2005, de 24 de junio (RJ\2005\4927) debió decidir si hubo un supuesto de competencia desleal. Primero, el Alto Tribunal discrepa en que una reducción de los precios no supone competencia desleal, exceptuando los supuestos de ventas contenidos en la misma LCD (Sentencia del Tribunal Supremo (2015). En segundo lugar, se aludió al incumplimiento de las obligaciones administrativas y fiscales (IVA, IS, etc.). Según esto, la mera infracción no constituye competencia desleal ya que ha de demostrarse que la ventaja competitiva represente efectiva ventaja significativa. Por tanto, la ventaja competitiva debe ser constatable y demostrable, redirigiéndola a que mejore las condiciones de venta del producto. Una vez descritos en profundidad los artículos más relevantes, se puede observar que existe una estrecha relación con la regulación por los que ha de regirse el transporte urbano y, en particular, los taxis.

Entendiendo que Uber es una empresa de transporte, es de lo más razonable que dicha compañía podría estar camuflada por el intrusismo profesional. Teniendo en cuenta que en el sector del taxi existe limitación de licencias disponibles, parece que Uber incide en un comportamiento susceptible de considerarse competencia desleal. De este modo, podría tratarse de una vulneración de la normativa del acceso a las actividades económicas reflejadas en el artículo 15.2 LCD donde la empresa no cuenta con las autorizaciones administrativas necesarias. De ello se desprende que Uber presuntamente está infringiendo la ley. Por tanto, se debe solapar junto a la ventaja competitiva que ha logrado Uber al incumplir la legislación. El hecho de actuar como un intruso en un sector tan regulado no deja de conllevar la obtención de una ventaja en tanto que la compañía se ahorra costes en la adquisición de licencias y, además, evita que le afecte la limitación de vehículos a los que la Administración permite operar en el mercado. Al no atender a estas restricciones, le permite operar libremente sin las exigencias requeridas a sus competidores más directos: los taxis.

III.4.2. ¿Debe regirse por la normativa de servicios de la sociedad de la información?

El Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) analiza el caso Uber sobre la base de una cuestión prejudicial de un juzgado de Barcelona debido a la demanda presentada por la asociación catalana de taxistas contra esta plataforma en 2014. El letrado general del TJUE considera que “Uber no puede beneficiarse del principio de libre prestación de servicios que el derecho comunitario garantiza a los servicios de la llamada sociedad de la información” (Hosteltur, 2017). El alegato de la empresa Uber se basa en la no disposición de un conjunto de vehículos propios ni chóferes en platillas, encasillándola como plataforma electrónica.

Dicho magistrado exigió a la corte europea que determinase si Uber proporciona un servicio de transporte tal y como aseguran los taxistas, o si tan sólo se trata de una actividad intermediación electrónica.

Ante esto, la corte añade que se trata de un servicio mixto agregando que “un servicio mixto puede estar incluido en el concepto de servicio de la sociedad de la información" siempre que se cumplan dos requisitos (Hosteltur, 2017):

- La prestación que no se facilita por vía electrónica sea “económicamente independiente de la facilitada mediante esta vía”. Por tanto, los conductores de Uber no realizan actividades propias independientes a su plataforma.
- “Quien facilita el servicio electrónico y físico ejerce una influencia decisiva sobre las condiciones en que se presta esta última parte, de modo que ambas forman un todo indisociable”. Este requisito está bajo el amparo de que el servicio ha de prestarse por vía electrónica.

El abogado, según esto, no cree que se satisfagan ninguna de las dos exigencias, añadiendo que la empresa ejerce un control sobre la calidad de los servicios prestados lo que puede llegar a conducirles a su expulsión en la plataforma. Por tanto, la máxima instancia administrativa de la Unión Europea propone que deben ser los Estados miembros quienes regulen las condiciones sobre prestación de servicios, siempre que se respeten las normas generales del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (EFE, 2017). En conclusión, el fallo del TJUE no resuelve el problema, limitándose a interpretar la normativa, aunque deberá resolver el caso de “conformidad con la decisión del Tribunal de Justicia (EFE, 2017).

III.5. IMPACTO DESDE EL PUNTO DE VISTA ECONÓMICO

La decisión tomada el 20 de abril de 2018 de hacer ley el decreto que imponía trabas a las licencias de vehículos de alquiler con conductor (VTC) daña la competencia en el transporte de viajeros, resultando un paso atrás en la necesaria liberalización de dichos servicios. Se espera que el reglamento recurrido por la CNMC para evitar que las comunidades autónomas puedan eliminar el tope de una licencia VTC por cada 30 de taxi sea a favor. No obstante, si para entonces se ha derogado, la decisión judicial será irrelevante ya que el artículo recurrido no existirá y, por tanto, el gobierno podrá limitar aún más la competencia.

La cuestión no es si los operadores VTC deben ser regulados o no como el taxi, sino que en realidad se trata de concretar en España qué liberalización y competencia se quiere para un servicio cuyas prestaciones no han sido siempre óptimas y en el que la tecnología y las redes sociales han introducido una competencia que ha hecho espabilar a sectores tradicionales. Las medidas establecidas para las VTC tan sólo hacen que se perpetúen prácticas con una calidad menor, rentas monopolísticas y que el taxi en España siga monopolizando el sector. Esto se traduce en una decisión desmedida y sesgada por el gobierno, además de constituir un claro paso atrás ya que no hay mucha competencia y avances tecnológicos en estos servicios (Carbó Valverde, 2018).

Hay que tener en cuenta que la necesidad de regulación se justifica por los denominados fallos de mercado que surgen por las características especiales de este mercado del taxi. De estos, se pueden destacar dos: la falta de información de los clientes y los costes de negociación. De este modo, si los precios fueran libres habría que elegir el taxi que más adecuado se considera para el servicio o poder negociar el precio de este. Además, se añade el hecho de que probablemente el conductor no será el mismo. Todo esto se traduce en el hecho de que sin regulación específica no pueden conocerse los aspectos referentes al conductor del taxi o el estado del vehículo y tampoco importaría la satisfacción del viaje ya que como se ha mencionado, es improbable volver a coincidir con él. Por tanto, si los taxistas actuaran así no contarían con pasajeros ya que éstos podrían anticiparse tanto a la mala calidad como el elevado coste. Según esto, la regulación de Uber resulta beneficiosa para los consumidores ya que la sociedad puede entenderla como una vía para eliminar problemas de negociación aportando mucho valor.

La limitación del número de licencias también es una regulación, y se destina a proporcionar un servicio de calidad y mayores ingresos al taxista (Llobet, 2014).

Por otro lado, la apertura del mercado de las VTC favorece la creación de muchos puestos de trabajo por lo que según la nueva regulación supone una oportunidad perdida y con ello la modernización de la movilidad en este país.

Haciendo referencia a la innovación, se observa que la falta de competencia desincentiva dicha innovación, reflejándose en que el sector del taxi se adapta a un ritmo muy lento en comparación a la rápida y continua evolución de las tecnologías. Por tanto, el contraste entre el uso de taxis o el uso de Uber se hace mucho más fuerte, destacando que la viralidad de esta plataforma se basa además de en sus precios bajos, en que reducen los problemas de falta de información de los usuarios.

El sector del taxi opera bajo unos requisitos técnicos y operativos, estando obligados los prestadores del servicio a la atención al usuario en caso de siniestros, mientras que en los servicios prestados por Uber se registran robos, denuncias, accidentes, mala atención, etc, sin ningún tipo de obligación. Además, los servicios cuya base está en el uso de internet llevan a una disminución de los ingresos del Estado, lo cual resulta perjudicial para todos y cuya preocupación se presenta a nivel internacional. La expansión de este tipo de servicios hace que se reduzca la presión tributaria mientras las necesidades y los costes de los gobiernos aumentan (Alarco, 2018). Esta expansión de servicios se debe a que son rentables a precios menores puesto que operan al margen de la ley y, por tanto, no pagan los impuestos a los que los taxistas están sujetos.

Como solución, se propone el establecimiento de un marco legal que permita la convivencia entre el servicio tradicional del taxi y los nuevos servicios emergentes de las tecnologías actuales y futuras. Esta regulación debe tener en cuenta los siguientes aspectos. Por un lado, las nuevas tecnologías muestran el precio oficial de los servicios y, según esto, los taxistas podrían fijar también sus precios evitando a los usuarios tener que negociar con cada taxista. Sin embargo, entendiendo el sector del taxi como una plataforma más, provocaría una fuerte competencia entre las plataformas, que bajaría el precio y haría que fluctuara en función de la demanda del servicio. De este modo, los usuarios elegirían aquella plataforma que les resultara más beneficiosa. Por otro lado, los servicios tradicionales del taxi se deben situarse bajo el título de servicio universal lo que

conlleva una serie de obligaciones: tener un número mínimo de vehículos operativos, tener algunos de estos vehículos en paradas, etc. (Llobet, 2014).

Como se ha comentado anteriormente, Uber es una empresa con actividades desreguladas, y sus chóferes no pagan contribuciones sociales y, por tanto, no aportan al seguro social ni a los fondos de pensiones. De este modo, eleva la informalidad y precariza la sociedad. En conclusión, Uber libera ingresos de los consumidores para otros usos, pero sin garantizar que se reciban mejores servicios beneficiando al conjunto de la sociedad. Para que esto ocurriese el sector debería funcionar en condiciones, sin barreras de entrada y respondiendo a incentivos que no generen beneficios extraordinarios para los dueños de los activos (Alarco, 2018).

Finalmente, cabe hacer referencia el precio de la licencia del taxi. Dicho precio viene dado por la suma descontada de todos los beneficios futuros generados por las actividades del taxista. Por tanto, si se liberalizase el sector, el sector del taxi se enfrentaría a una mayor competencia con lo que las licencias sufrirían una sensible pérdida de valor y los propietarios terminarían solicitando una compensación por ello. Sin embargo, la administración jamás podría prometer que las condiciones se mantendrían indefinidamente ya que no puede preverse el progreso tecnológico. Esto se traduce en que la Administración no ha de hacerse cargo de compensar las pérdidas asociadas a la disminución del precio de las licencias ya que, en el caso contrario, si aumentara dicho valor, serían los propietarios los que se beneficiarían y no la administración. La nueva situación podría producir que muchos taxistas abandonaran el sector tradicional y optaran por las nuevas tecnologías, permitiéndoles concentrarse en las horas con mayor rentabilidad. Esta flexibilidad que permiten las nuevas plataformas permitiría al sector del taxi mejoras de eficiencia y esto hay que tenerlo en cuenta siempre que el objetivo sea tener una economía más competitiva (Llobet, 2014).

IV. CONCLUSIONES

Hasta hace más bien poco, se imponía una noción de la propiedad que ha estado por encima de la capacidad de cooperar y compartir. Sin embargo, compartir la propiedad no ha quedado condenada al fracaso, ya que es la única manera para propagar los límites de un individualismo posesivo que comienza a revelar los grandes límites sociales y

ecológicos, además de productivos y económicos. La aparición de nuevas tecnologías y su desarrollo han permitido vislumbrar un profundo cambio en el capitalismo, impulsando esta cooperación y unión entre diferentes personas. Por tanto, es aquí donde surge la economía colaborativa, poniendo de manifiesto un profundo cambio en las actitudes respecto al consumo y la propiedad, donde cualquiera puede tener acceso y puede colaborar y a pesar de que es un concepto que ha existido siempre.

Existen gran variedad de plataformas digitales colaborativas en el mundo, que operan en multitud de sectores diferentes. Las principales empresas colaborativas que existen en nuestro país están dedicadas al transporte, destacando Blablacar y Uber debido a su superioridad mediática, de proveedores, consumidores y transacciones. A través del análisis realizado, se ha podido comprobar que hay un sinnúmero de quejas hacia estas plataformas por parte de los sectores tradicionales debido a la gran demanda de servicios de los nuevos modelos colaborativos.

Esta nueva economía ha permitido aprovechar todos los recursos disponibles que se encontraban infrautilizados, recibiendo rentas y mejorando las condiciones medioambientales. Todo esto ha sido posible gracias a los Smartphone inteligentes que tienen conexión a internet y GPS, y a las redes sociales que han facilitado la conexión entre oferta y demanda. Por último, todas las empresas que se mueven en estos modelos colaborativos son muy conscientes de la importancia que tienen los consumidores en su éxito o fracaso. Esto es consecuencia de que la confianza y la reputación son dos términos imprescindibles para eliminar asimetrías de información que pueden posicionarles tremendamente bien.

Centrándonos en el sector del transporte, es indudable la necesidad de una mayor legislación ya que se deben asegurar que los conductores están realmente formados con sus licencias VTC y cumpliendo todos los requisitos necesarios mínimos en cuanto al estado del vehículo. El hecho de necesidad de licencia no supone tomar medidas desmedidas, sino que se debe ajustar al hecho de que empresas colaborativas no van a desaparecer y se debe establecer un equilibrio entre ellas y el sector tradicional tratando de ser los gobiernos lo más objetivos posible sin favorecer más a uno que a otro. Sin embargo, no todas las plataformas que dicen ser colaborativas lo son realmente. Es el caso de la empresa Uber. Según la normativa actual, su actividad se considera competencia desleal, aunque no es problema de dicha compañía, sino tal vez de las propias leyes. Por tanto, resulta imprescindible adoptar las reformas necesarias que

regulen estas plataformas eliminando la competencia desleal y los vacíos legales que les ofrecen enormes ventajas frente a sus competidores tradicionales.

En definitiva, es prácticamente imposible crear algo tan innovador sin un caos inicial. De hecho, Uber acepta este rechazo como parte del proceso de implantación y cuyo problema no es suyo, ni de los taxistas, sino de las leyes que deben adaptarse a los continuos cambios que genera el fenómeno de internet. Los nuevos modelos de negocio de la EC pueden aportar importantes beneficios, con lo que Europa ha de estar dispuesta a aprovechar dichas oportunidades, apoyando proactivamente la innovación, la competitividad y las oportunidades de crecimiento (Comisión Europea, 2016).

Finalmente, de acuerdo con el estudio realizado, se pueden recomendar una serie de actuaciones. En primer lugar, los sectores tradicionales deben aceptar los cambios y adaptarse a ellos, intentado sobrevivir y tratar de superarse para estar mejor posicionados en cuanto a estos nuevos modelos colaborativos. Por otro lado, las plataformas digitales deben cumplir con la normativa vigente en cada país en el que quieren operar evitando situaciones de incertidumbre y no aprovechándose de los vacíos legales si quieren persistir sin la oposición de los competidores. Definitivamente, cada gobierno ha de saber qué instrumentos y leyes son necesarias para regular la actuación de la economía colaborativa en cada país haciendo que los consumidores puedan beneficiarse de las ventajas que les proporciona el uso de estas plataformas sin ocasionar daños a los sectores tradicionales. Pero también han de ser conscientes de los problemas económicos que generan y una regulación hará que el uso de estas tecnologías sea también beneficioso en el conjunto de la sociedad.

V. BIBLIOGRAFÍA

Alarco, G. 2018. *Impactos económicos de Airbnb y Uber*. <https://gestion.pe/blog/herejias-economicas/2018/04/impactos-economicos-de-airbnb-y-uber.html?ref=gesr> [Visitado el 14 de mayo de 2018]

Auto del Juzgado de lo Mercantil nº2 de Madrid en el que se establecen medidas cautelares previas 707/2014.

Belk. (2007). *Sobre los actuales sistemas de compartición de turismos en los Estados Unidos de América*. vid. Shaheen, Mallery y Kingsley (2012).

BOE (2014). *Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal*

Bostman, R., & Rogers, R. (2010). *What's mine is yours: the rise of collaborative Consumption*. New York, USA.

Botsman, R. (2013). *The Sharing Economy Lacks a Shared Definition*. <https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition> [Visitado el 7 de mayo de 2018]

Carbó Valverde, S. (2018). *Taxímetro desigual*. https://elpais.com/economia/2018/04/23/actualidad/1524500465_651132.html [Visitado el 12 de mayo de 2018]

CNMC. (2016). *Estudio sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa*. Madrid.

Columbia, S. C. (2015). *Uber ordered to stop operating in South Carolina*. <http://www.usatoday.com/story/news/nation/2015/01/15/uber-ordered-to-stop-operating-in-southcarolina/21836235/> [visitado el 7 de mayo de 2018]

Com 148 (2016): *Comunicación relativa a un plan de acción sobre el IVA*. Bruselas.

Comisión Europea. (2016). *Una Agenda Europea para la Economía Colaborativa*. Bruselas.

Deloitte. (2015). *Informe de abril de 2015*. http://static.hosteltur.com/web/uploads/2015/04/deloitte_expectativas_turismo_2015.pdf [visitado 7 de mayo de 2018]

Directiva 2006/123/CE ("la Directiva de servicios). Artículos: 4, 9, 16 y 22.

Directiva sobre el comercio electrónico. Artículos: 2, 3, 4, 5, 14 y 15

Directiva 2015/1535. Artículo 1.

Directiva sobre los derechos de los consumidores. Artículo 6.

Doménech Pascual, G. (2015). *La regulación de la Economía Colaborativa (El caso "Uber contra el taxi")*. Revista práctica de Derecho. 175-176 61 104.

EFE. (2017). *Establecen que Uber es empresa de transporte, no una app, y le exigirán licencia en Europa*. <https://www.laprensagrafica.com/internacional/Establecen-que-Uber-es-empresa-de-transporte-no-una-app-y-le-exigiran-licencia-en-Europa-20171220-0032.html> [visitado 7 de mayo de 2018]

El País. (2015). *La justicia ordena el bloqueo de la aplicación de Uber en Italia*. línea:http://economia.elpais.com/economia/2015/05/26/actualidad/1432657301_404515.html [visitado 7 de mayo de 2018]

El Tiempo. (2017). *¿Cómo está Uber en el mundo?* Obtenido de <http://www.eltiempo.com/datos/como-esta-uber-en-el-mundo-63460> [visitado el 4 de mayo de 2018]

Equipo Cerodosbé. (2016). *La economía colaborativa se multiplicará por diez en una década*. https://www.cerodosbe.com/es/viajeros/agencias/la-economia-colaborativa-se-multiplicara-por-diez-en-una_18356_102.html [visitado el 21 de abril de 2018]

Europa Press. (2015). *Uber denuncia a España ante la CE por prohibir su servicio*. <http://www.europapress.es/economia/noticia-uber-denuncia-espana-ce-prohibir-servicio20150331145534.html> [visitado 7 de mayo de 2018]

Expansión. (2017). *La economía colaborativa tendrá un negocio de 570.000 millones de dólares en 2025*. www.expansion.com/empresas/2017/11/16/5a0db36fe5fdea834b8b462a.html [visitado el 21 de abril de 2018]

Gisbert, J. (2010). *Vivir sin empleo (Los sistemas LETS: concepto e historia)*. Madrid.

- Gordo López, A., De Rivera, J., & Cassidy, P. (2017). *La economía colaborativa y sus impactos sociales en la era del capitalismo digital*. En Cotarelo, R. y Gil, J., *Ciberpolítica: gobierno abierto, redes, deliberación, democracia*. Capítulo X, pp. 189-208.
- Growly. (2018). *Principales aspectos a tener en cuenta en el nuevo Reglamento Europeo de Protección de Datos*. <https://www.grow.ly/blog/> [visitado 6 de mayo de 2018]
- Hernández-Morales, A. (2018). *Portugal rompe una lanza a favor de los taxistas y veta la ley que legaliza Uber y Cabify*. Lisboa.
- Hosteltur. (2015). *La economía colaborativa, una amenaza para el 50% de la industria turística*. https://www.hosteltur.com/110767_economia-colaborativa-amenaza-50-industria-turistica.html [visitado 6 de mayo de 2018]
- Hosteltur. (2017). *Uber es una empresa de transporte y debe tener licencia, según el TJUE*. https://www.hosteltur.com/121989_uber-es-empresa-transporte-debe-tener-licencia-tjue.html [visitado 6 de mayo de 2018]
- Huet, E., & Forbes. (2014). *Uber Says It's Doing 1 Million Rides Per Day, 140 Million in Last Year*. <http://www.forbes.com/sites/ellenhuet/2014/12/17/uber-says-its-doing-1-millionrides-per-day-140-million-in-last-year/#2715e4857a0b224088497a68> [visitado el 9 de abril de 2018]
- Interxion. (2016). *Economía Colaborativa: Ventajas y desventajas*. <https://www.interxion.com/es/blogs/2016/04/economia-colaborativa-iii-ventajas-y-desventajas/> [visitado 12 de abril de 2018]
- iSocial. (2016). *Blog del Instituto de Innovación Social*. <http://innovacionsocial.esadeblogs.com/2016/07/06/el-verdadero-impacto-social-de-la-economia-colaborativa/> [visitado 6 de mayo de 2018]
- Le Monde. (2015). *Taxis: Hollande condamne les violences, incertitude sur la suite du mouvement*. http://www.lemonde.fr/societe/article/2015/06/25/les-taxis-bloquent-plusieursacces-a-roissy-circulation-difficile-dans-la-capitale_4661189_3224.html [visitado 6 de mayo de 2018]
- Le Monde. (2015). *Uber annonce la suspension d'UberPop en France dès ce soir*. http://www.lemonde.fr/economie/article/2015/07/03/uber-annonce-la-suspension-d-uberpop-enfrance_4669011_3234.html [visitado 6 de mayo de 2018]

Llobet, Gerard. (2014). *Tomar un taxi ya no es lo que era*. Revista 57.

Loi n° 2014-1104 du 1er octobre 2014 relative aux taxis et aux voitures de transport avec chauffeur.

López-Zafra, J. M. (2016). *Economía colaborativa. El triunfo del mercado*. https://blogs.elconfidencial.com/economia/big-data/2016-03-10/economia-colaborativa-el-triunfo-del-mercado_1166250 [visitado el 9 de abril de 2018]

Macmillan, D., & Demos, T. (2015). *The Wall Street Journal*, "Uber Valued at More Than \$50 Billion". <http://www.wsj.com/articles/uber-valued-at-more-than-50-billion1438367457> [visitado el 9 de abril de 2018]

Madridiario. 2018. *Los taxistas vencen a Uber en Estrasburgo* <https://www.madridiario.es/451605/el-tribunal-de-estrasburgo-les-exige-registrarse-como-empresas-de-transporte.html> [visitado el 12 de mayo de 2018]

Martínez Sanz, F., et al. (2009). *Comentario Práctico a la Ley de Competencia Desleal*. Madrid.

Méndez Picazo, M., & Castaño Martínez, M. (2016). *Claves de la economía colaborativa y políticas públicas*. Economía industrial, N° 402 (Ejemplar dedicado a: Economía colaborativa), 11-17.

Muñoz, R. (2018). *El Gobierno blindo por ley al taxi del avance de empresas como Uber y Cabify*. https://elpais.com/economia/2018/04/20/actualidad/1524226146_916167.html [visitado el 12 de mayo de 2018]

Otto, C. (2015). *Los cinco errores que están condenando a Uber en España*. <https://hipertextual.com/2015/06/uber-en-espana-errores> [visitado el 6 de mayo de 2018]

Owyang, J. (2014). *Sharing is the New Buying: How to Win in the Collaborative Economy*. http://es.slideshare.net/jeremiah_owyang/sharingnewbuying [visitado el 24 de abril de 2018]

Paniagua, E. (2017). *El Mundo: La economía colaborativa representa ya un 1,4% del PIB español*. <http://www.elmundo.es/economia/2017/06/23/594c1071268e3e472e8b45ef.html> [visitado el 24 de abril de 2018]

Roth, S. (2014). *Uber to halt operations in Portland for 3 months*. <http://www.usatoday.com/story/money/business/2014/12/18/uber-to-halt-operations-in-portlandfor-3-months/20617005> [visitado el 24 de abril de 2018]

Sentencia del Tribunal Supremo (2005). *Sala de lo Civil nº 512/2005*, de 24 de junio (RJ\2005\4927), ES: TS: 2005: 4186, F.J. 1º.

Statt, N. (2015). *New York taxi owners are suing the city for letting Uber destroy their business*. <http://www.theverge.com/2015/11/17/9752304/new-york-taxi-owners-sue-city-lawsuit-uber> [visitado el 6 de mayo de 2018]

The Associated Press. (2014). *Uber loses preliminary suit in Netherlands*. <http://www.usatoday.com/story/money/business/2014/12/08/uber-suit-netherlands/20088253/> [visitado el 6 de mayo de 2018]

Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE). Artículos 49 y 56

Uber. (2015). *El app de Uber*. <https://www.uber.com/es-ES/> [visitado el 4 de mayo de 2018]

Uber. (2015). *Uber necesita socios como tú*. <https://partners.uber.com/join/> [visitado el 4 de mayo de 2018]