

## MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO

La economía colaborativa en el turismo

(The Sharing Economy at Tourism)

Autor: D. Francisco Javier Díaz Rodríguez

Tutor/a: Dña. Vidina Tais Díaz Padilla

Grado en Turismo

FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO

Curso Académico 2015 / 2016

En San Cristóbal de la Laguna, a 10 de junio de 2016



## Resumen

---

La economía mundial se enfrenta a un nuevo paradigma en el que las antiguas soluciones dejan de ser efectivas frente a los nuevos problemas y, en respuesta, nace la economía colaborativa. Tras el análisis de la literatura relacionada se tratará de definir qué es y cómo afecta al turismo, así como la forma en la que se está acogiendo y formular una serie de recomendaciones para tratar aprovechar una oportunidad que avanza imparable. Desde reformas legislativas hasta un sistema de reputación universal, este estudio tendrá la gestión eficaz, eficiente y proporcional de esta cuestión como objetivo.

**Palabras clave: Economía colaborativa, particular, competencia, turismo**

## Abstract

---

The world's economy is facing a new paradigm in which the old solutions are not suitable anymore for the new problems and, as an answer, the Sharing Economy borns. After the analysis of related writings, this project will try to determine what is it and how it affects tourism, as well as how it is been embraced and then formulate a series of recommendations seeking the chance to take advantage of an opportunity that draws on unstoppable. From reforms to an universal reputation system, this project has the effective, efficient and proportional management as main objective.

**Key words: Sharing Economy, individual, competition, tourism**

## Índice

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>1. ¿QUÉ ES LA ECONOMÍA COLABORATIVA?</b> .....	2
<b>1.1. Claves de la economía colaborativa</b> .....	2
<b>1.1.1. Internet y las plataformas</b> .....	3
<b>1.1.2. Distinción entre sector tradicional y los nuevos operadores</b> .....	3
<b>1.1.3. Uso y acceso frente a la posesión</b> .....	3
<b>1.1.4. Sostenibilidad, ética y valores</b> .....	3
<b>1.1.5. La comunidad</b> .....	4
<b>1.1.6. La reputación</b> .....	4
<b>1.1.7. Innovación</b> .....	5
<b>2. RELACIÓN DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA CON EL SECTOR TURÍSTICO</b> .....	5
<b>2.1. Actividades de transporte</b> .....	5
<b>2.2. Actividades de alojamiento</b> .....	6
<b>2.3. Actividades de restauración</b> .....	7
<b>2.4. Actividades de visitas guiadas</b> .....	7
<b>3. SITUACIÓN COMPETITIVA FRENTE A LOS SECTORES TRADICIONALES</b> .....	8
<b>3.1 Ventajas competitivas de la economía colaborativa frente al sector tradicional</b> ..	8
<b>4. POSICIONAMIENTO DE LOS ORGANISMOS COMPETENTES</b> .....	9
<b>4.1. Claves del trabajo de los organismos competentes</b> .....	10
<b>4.1.3. La importancia de Internet, las plataformas y la reputación</b> .....	11
<b>4.1.4. Cambio de rol en los mercados</b> .....	11
<b>4.1.5. Reconocimiento de la oportunidad</b> .....	11
<b>4.1.6. Regulación eficiente y fomentadora</b> .....	12
<b>4.2. Posicionamiento de los sectores tradicionales</b> .....	12
<b>4.3. Consultas públicas desde la CNMC</b> .....	13
<b>4.4. Consideraciones generales acerca de la postura de los sectores tradicionales</b>	13

4.4.1	Consenso en los beneficios de la economía colaborativa y la nueva oportunidad .....	14
4.4.2	Acuerdo en la necesidad de flexibilización regulatoria y competencia justa ....	14
4.4.3	Algunas voces discordantes .....	15
4.4.4	Búsqueda de la tributación por parte de todos los actores .....	15
4.5	Reacciones negativas frente a las conclusiones preliminares de la CNMC .....	15
5.	RECOMENDACIONES EN MATERIA DE ECONOMÍA COLABORATIVA .....	18
6.	CONCLUSIONES .....	22
7.	LIMITACIONES .....	23
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	24

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

---

**Gráfico I.- ¿Qué nota pondría a los resultados preliminares del estudio de la CNMC? ..... 15**

**Gráfico II.- ¿Considera acertadas las recomendaciones incluidas en el estudio preliminar? ..... 16**

## INTRODUCCIÓN

---

Hoy somos testigos de cambios, una evolución vertiginosa que aspira a convertirse en revolución, pues en los últimos 20 años han acontecido innumerables avances que han cambiado por completo la forma de relacionarnos o el entorno donde crecemos, se ha creado un mundo globalizado con nuevos problemas y soluciones. Tareas cotidianas como enviar una carta por correo ordinario, tomar una fotografía y enseñársela a los demás o anunciar un evento importante han cambiado drásticamente en muy poco tiempo.

Entre los numerosos avances, hay uno especialmente reseñable: Internet. Ha cambiado la mayoría de los aspectos de nuestras vidas, directa o indirectamente. Tan revolucionario que pocas cosas escapan a su influencia, y mucho menos la economía.

La globalización ha hecho a la humanidad participe de varias crisis económicas mundiales, llegando a cuestionar el capitalismo y vaticinar su fin. Es por ello que ante nuevos problemas se requieren nuevas soluciones, y las soluciones tradicionales han dejado de ser eficaces frente a los retos tradicionales: nos encontramos ante un nuevo paradigma económico.

La economía colaborativa nace como respuesta a esta nueva realidad en la que la economía mundial sigue arrastrando las consecuencias de la Gran Recesión y aporta a la sociedad nuevas oportunidades para satisfacer sus necesidades de forma sostenible, contentar a consumidores cada vez más exigentes y conscientes y generar sinergias entre particulares.

Este reciente modelo de consumo cobra mayor protagonismo cada día que pasa y afecta a la mayoría de los sectores de la economía, especialmente al turístico. Cada mañana en la prensa aparecen artículos que hablan de nuevas propuestas relacionadas y mientras algunos elogian las bondades de este modelo, otros reprobaban con virulencia todo lo relacionado con él.

Por estos motivos, a lo largo del siguiente trabajo, se analizará la economía colaborativa tratando de esclarecer qué es, cómo afecta al turismo, cómo está siendo acogida por los agentes implicados, qué están haciendo los organismos competentes al respecto y tratar de acotar sus límites para, posteriormente, generar una serie de conclusiones respecto a esta nueva oportunidad. Todo ello con base en la escasa bibliografía relacionada con este incipiente fenómeno que irrumpe con fuerza en la sociedad.

## 1. ¿QUÉ ES LA ECONOMÍA COLABORATIVA?

---

Según la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2014) (a partir de ahora CNMC), la economía colaborativa se define como “un modelo de consumo basado en el intercambio entre particulares de bienes y servicios que permanecían ociosos o infrutilizados a cambio de una compensación pactada entre las partes”. Esta definición, lejos de ser una afirmación categórica, es una de las que más se acercan a la esencia del concepto.

En la actualidad, no existe una definición que haya logrado el consenso de la comunidad científica. Esta expresión fue utilizada por primera vez por Rachel Botsman, considerada por numerosos autores y estudios como la precursora de este fenómeno (Autoritat Catalana de la Competència, 2014, pág. 6), en 2010 y desde entonces no ha cesado su evolución ni su alcance, apareciendo en portadas de diarios internacionales y protagonizando cientos de artículos de actualidad.

Ni siquiera economía colaborativa es la única denominación que recibe, pues diversos autores también la etiquetan como consumo colaborativo o participativo, aunque en el presente trabajo se denominará como economía colaborativa con el objetivo de evitar confusiones.

Rachel Botsman habla de una oportunidad de cambio generada a raíz de la crisis financiera internacional en la cual los particulares, conscientes del sentimiento de pertenencia a una comunidad, comprometidos con el medio ambiente y contrarios al consumo desmedido, se convierten en creadores que intervienen en un mercado donde la confianza es una moneda de cambio y algunos llegan a volverse microempresarios (Botsman, TED, 2010).

Al tratarse de un tema incipiente, la literatura relacionada es muy escasa aunque por contrapartida, algunos organismos oficiales como la CNMC, el Comité Económico y Social Europeo (en adelante CESE) o la Autoritat Catalana de Competència (en adelante ACCO), conscientes de la importancia de este fenómeno, han estado trabajando para tratar de identificarlo, acotar sus límites y realizar propuestas eficaces y eficientes para su regulación.

Debe aclararse que puede existir ánimo de lucro o no, pues no siempre se recibe una contraprestación económica en sus actividades.

### 1.1. Claves de la economía colaborativa

Pese a que la economía colaborativa no cuenta con una definición exacta como ya se ha dicho, sí que se pueden identificar una serie de claves o factores comunes tras analizar el trabajo de diversos autores.

### 1.1.1. Internet y las plataformas

El papel de Internet y las plataformas *online* resultan esenciales en el desarrollo de la economía colaborativa. Estas últimas proporcionan a los actores implicados un mercado global donde ponerse en contacto, ofrecer bienes o servicios, establecer las condiciones de las transacciones con o sin ánimo de lucro y labrarse una reputación visible por el conjunto de participantes. La ACCO se refiere a las plataformas con ánimo de lucro como *marketplaces* “aplicaciones para dispositivos móviles o sitios web que facilitan las transacciones con ánimo de lucro entre particulares (P2P)” (Autoritat Catalana de la Competència, 2014).

### 1.1.2. Distinción entre sector tradicional y los nuevos operadores

Los operadores que de forma tradicional participan en el mercado deben cumplir con una serie de requisitos o barreras de entrada, necesarios para cumplir con la ley y poder ofrecer bienes y/o servicios a los consumidores, con los que se relaciona de forma vertical.

Con la aparición de la economía colaborativa, la estructura del mercado se ve alterada al generar relaciones horizontales entre particulares (*Peer-to-Peer*) o empresas, gracias a las facilidades proporcionadas por las plataformas o *marketplaces*. Por ello, a partir de ahora en este trabajo se hará referencia a los antiguos oferentes del mercado como sector tradicional y a los incipientes actores como nuevos operadores.

Los particulares que entran en el mercado como oferentes no necesariamente desempeñan exclusivamente este rol, pues también pueden ser consumidores de los mismos servicios y viceversa, alterando la estructura tradicional del mercado.

### 1.1.3. Uso y acceso frente a la posesión

Otro factor clave de la economía colaborativa es el uso y disfrute ocasional en detrimento de la tradicional posesión de los bienes. Tal y como señala Rachel Botsman en su libro *“What’s Mine Is Yours: How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live”* (Rachel Botsman and Roo Rogers, 2010), un taladro tan solo es usado en torno a 20 minutos en toda su vida útil por parte de un usuario común, o el coche de un particular permanece unas 22 horas aparcado e incluso, cuando es usado, quedan tres asientos desocupados. Esta reflexión acerca del uso desemboca en la tesitura en la cual la rentabilidad de la posesión se pone en duda y entra a debate, con sus posibles externalidades incluidas.

### 1.1.4. Sostenibilidad, ética y valores

La sostenibilidad, el respeto y preservación del medio ambiente, la búsqueda del bien a la comunidad, la cooperación y la garantía de un futuro factible para las generaciones venideras son

valores intrínsecos de la economía colaborativa, los cuales nacen como un comportamiento resiliente<sup>1</sup> al consumismo desmedido y la voracidad de las masas en la sociedad capitalista. El dinero o las posesiones como garante de estatus o poder son desplazadas por valores éticos y morales que buscan el bien común.

### 1.1.5. La comunidad

El sentimiento de pertenencia a una comunidad, el hecho de sentirse identificado con unos valores que representan un modo de vida, supone un factor clave motivador y regulador para que sus participantes colaboren y crezcan dentro de ellas. Este sentimiento puede ir ligado a formas de vida, gustos afines, a criterios sociodemográficos, socioeconómicos o geográficos y es fruto de unas relaciones interpersonales cada vez más intensas e importantes. Como ejemplo, el fomento de la colaboración en una comunidad local con las llamadas cooperativas de Km. 0 genera todo tipo de externalidades positivas al conjunto de la sociedad (Comité Económico y Social Europeo, 2014, pág. 11)

### 1.1.6. La reputación

La confianza en el sector tradicional ha venido siempre regulada desde la legislación vigente, encargada de proteger los derechos de los consumidores y las empresas y de generar garantías. Cuando se habla de economía colaborativa y de transacciones entre iguales, la confianza entre “extraños” radica en la reputación; la confianza y la eficiencia son siempre factores críticos en las plataformas o marketplaces, llegándose a hablar de capital de reputación (Botsman, TED, 2012)

Es uno de los factores más importantes en este modelo de consumo ya que elimina restricciones ligadas al miedo o incertidumbre, ayuda a conseguir unos estándares de calidad elevados y garantiza la competencia justa, permitiendo al mercado autorregularse.

La reputación en la economía colaborativa tiene una particularidad diferencial: es bidireccional, es decir, el usuario valora el desempeño del oferente y el oferente valora el desempeño del usuario. De este modo, un particular que desea alquilar una habitación de su domicilio, por ejemplo, puede reservarse el derecho de hacerlo o no si el usuario que solicita alojamiento no reúne las condiciones que considera oportunas (tales como la limpieza o la puntualidad entre otras)

---

<sup>1</sup> Resiliencia: en este contexto, capacidad de adaptación de la sociedad a un agente perturbador o un estado o situación adversos. Adaptación del significado original del DRAE: Capacidad de adaptación de un ser vivo frente a un agente perturbador o un estado o situación adversos.

### 1.1.7. Innovación

Inmersa en una nueva realidad condicionada por todos los acontecimientos que de forma frenética se han sucedido, la sociedad global ha de enfrentarse a nuevas problemáticas y, para ello, requiere de soluciones innovadoras que tengan en cuenta el actual contexto. La innovación en la economía colaborativa es otro factor determinante, pues juega con las nuevas necesidades creando nuevas propuestas o modificando uno o varios de los 9 módulos del lienzo de modelos de negocio ya existentes (Osterwalder & Pigneur, 2011). Así, el planteamiento del hecho de pasarse de la propiedad al acceso en el alquiler de vehículos particulares o compartir gastos en coches que generalmente viajaban con asientos libres, son ejemplos de alternativas innovadoras que han buscado la solución al problema de la búsqueda de aparcamiento, la emisión de gases nocivos, la congestión del tráfico o el ahorro de las personas entre otros.

## 2. RELACIÓN DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA CON EL SECTOR TURÍSTICO

---

La economía colaborativa engloba casi la totalidad de los sectores económicos, pues va desde el trueque o la venta de bienes al alquiler de habitaciones pasando por el préstamo de dinero y encargos laborales. Sin embargo, hay un sector que se ve especialmente afectado dada su naturaleza, y ese es el sector turístico.

Actividades como la restauración (con plataformas como EatWith), transportes (Uber, Lyft, Blablacar), alojamiento (airbnb) o visitas guiadas (trip4real), así como toda la oferta susceptible de ser usada por turistas, tienen actores involucrados en la economía colaborativa.

Dadas las limitaciones y naturaleza del presente trabajo, se enumerarán algunas de las actividades donde se ha generado mayor controversia o tienen mayor relevancia en el mercado. En la siguiente clasificación se distingue entre plataformas con y sin ánimo de lucro, haciendo referencia exclusivamente a sus usuarios, pues todas las plataformas se nutren de ingresos para mantenerse operativas y expandirse.

### 2.1. Actividades de transporte

Sin duda, uno de los que mayor repercusión mediática ha suscitado es el sector de los transportes. En él, se pueden distinguir al menos tres grandes grupos de oferta:

Plataformas de transportes para particulares sin ánimo de lucro: estas se caracterizan por facilitar a sus usuarios un método de contacto para relacionarse con personas que realizan trayectos similares y desean compartir coche, a cambio de colaborar con una parte proporcional de los gastos del trayecto. A su vez, la plataforma recibe una comisión variable en concepto de gastos de gestión.

Esta práctica se denomina en inglés con el término *carpooling* y plataformas como BlaBlaCar entre particulares o Waze Carpool entre empleados de empresas, representan claros ejemplos de cómo se opera en este grupo. Los turistas tienen la posibilidad de acceder libremente a plataformas como BlaBlaCar aprovechando trayectos habituales que puedan interesarles.

Plataformas para particulares con ánimo de lucro: en este caso, las plataformas ponen a disposición de personas con vehículo propio y carnet de conducir un mercado donde ofrecer servicios de transporte a particulares a cambio de una contraprestación económica. La plataforma recibe una comisión proporcional al coste del servicio.

De este modo, particulares con tiempo ocioso o que se encuentran en situación de desempleo, pueden obtener ingresos a cambio de su trabajo. Empresas como Lyft o Uber suponen dos de los más representativos ejemplos aunque, sin embargo, Uber se ha visto obligada a cambiar su modelo de negocio en España debido a las presiones ejercidas por los lobbies afectados, transformándose en UberX, plataforma más profesional. Un turista tan solo ha de iniciar sesión en la aplicación y solicitar una recogida para disfrutar de estos servicios.

Plataformas de alquiler de vehículos entre particulares: este grupo se encuentra entre los dos grupos mencionados anteriormente, ya que puede existir ánimo de lucro al explotar un vehículo destinado para tal efecto o compartir los gastos que ocasiona un vehículo particular en el tiempo que este permanece ocioso. Drivy o Socialcar son dos ejemplos representativos que operan en la actualidad, como más de 35.000 coches particulares disponibles en Europa en el caso de Drivy.

## 2.2. Actividades de alojamiento

Este sector ha experimentado en los últimos años un crecimiento espectacular en la economía colaborativa y por consiguiente un enorme impacto en el sector turístico. Se pueden establecer dos grandes grupos de plataformas aunque, en este caso, se van a obviar las tradicionales plataformas de alquiler de apartamentos turísticos por su consolidada presencia en el sector.

Plataformas de alojamiento sin ánimo de lucro: poner a disposición de personas que buscan alojamiento puntual en algún lugar y de forma gratuita es la misión de plataformas como Couchsurfing. En este tipo de plataformas se valoran especialmente las relaciones interpersonales entre anfitriones e invitados y el aprovechamiento de estancias que por lo general permanecen infrautilizadas.

Dentro de esta categoría se enmarcan otras plataformas que buscan el intercambio temporal de una casa como HomeExchange, habiendo facilitado más de un millón de intercambios hasta la fecha.

Plataformas de alojamiento con ánimo de lucro: en ellas se pone a disposición del turista habitaciones en las residencias habituales de los anfitriones o en viviendas secundarias. A cambio, se establece un precio por el período (generalmente por noche) y gastos de servicio que abonará

el huésped. Airbnb y Wimdu constituyen sólidos ejemplos de cómo operan estas plataformas y que a día de hoy gozan de muy buena salud.

### **2.3. Actividades de restauración**

El tipo de plataformas de estas actividades pone a disposición de los particulares un mercado en el que ofrecer servicios de restauración en casa para que otros particulares puedan reservar una comida a cambio del pago de un precio. Permite incluso la reserva para la celebración de eventos, desde cumpleaños hasta cenas de empresa, constituyendo un sólido mercado alternativo.

EatWith dispone de anfitriones en más de 150 ciudades y, de forma sencilla, se puede reservar una cena en cualquier momento desde cualquier lugar, suponiendo uno de los ejemplos más representativos de este tipo de plataformas.

### **2.4. Actividades de visitas guiadas**

Las plataformas aquí operantes permiten a cualquier persona residente de un lugar ofrecerse para dar una ruta guiada por este y mostrárselo desde a una sola persona como a grupos de hasta veinte. Todo ello, sin necesidad de poseer formación específica o certificación para desarrollar esta actividad.

Trip4real funciona tal y como se ha descrito, afirmando que sus “locals”<sup>2</sup> ganan de media más de 800€ realizando actividades de guía turístico y compartiendo su pasión por los lugares.

---

<sup>2</sup> Término utilizado en la plataforma trip4real para referirse a personas locales de un determinado lugar que desean hacer de guías turísticos.

### 3. SITUACIÓN COMPETITIVA FRENTE A LOS SECTORES TRADICIONALES

Los sectores tradicionales han operado en el mercado durante décadas y desde su apertura hasta su operativa diaria, necesitan cumplir una gran cantidad de requisitos formales y obligaciones.

Con la irrupción en el mercado de los operadores vinculados a modelos colaborativos y, por consiguiente, el aumento de oferta, la situación competitiva ha cambiado drásticamente dado que la desregulación, la falta de planificación y la obsolescencia de las leyes actuales propician un campo de actuación donde las plataformas pueden moverse con mucha libertad, al menos de forma temporal.

#### 3.1. Ventajas competitivas de la economía colaborativa frente al sector tradicional

Los modelos colaborativos, en la actualidad, presentan una serie de ventajas con respecto a los modelos tradicionales las cuales, sobre líneas generales, se muestran a continuación:

- Menores barreras de entrada: los particulares, tan solo con el cumplimiento de los escasos requisitos que establecen las plataformas, pueden entrar en el mercado para ofertar sus servicios. En algunos casos, los requisitos son superiores aunque muy lejos de los que soportan las empresas y personas jurídicas en sus formas tradicionales.
- Menores costes de constitución: en relación con el apartado anterior, los costes inherentes al inicio de la actividad por parte de los particulares se limitan al registro y preparación previa de sus activos para operar, dejando al margen licencias de apertura y proyectos, entre otros ejemplos. Se pueden requerir procedimientos adicionales, como la contratación de una póliza de seguros adecuada, pero no se da en el caso de todas las actividades.
- Menores costes de promoción: las plataformas son las encargadas de darse visibilidad en el mercado, de modo que los oferentes en ellas incardinados solo deben centrarse en trabajar su reputación como imagen de marca personal. Algunas plataformas ofrecen, a cambio de una suscripción o pagos concretos, mayor visibilidad en sus páginas.

Estas ventajas crean una situación en muchos casos de competencia desleal, de modo que los sectores tradicionales deben competir, en el caso de servicios sustitutivos, con precios similares asumiendo costes muy superiores derivados de los requisitos formales a los que se ven sometidos. Algo más contundente sucede con las actividades cuya naturaleza no les permite tener elementos diferenciadores notables.

La ACCO subraya que si los nuevos operadores son capaces de inducir demanda, es decir, despertar demanda que hasta el momento se había retraído por no aceptar los precios establecidos o no atraerle las características de la oferta tradicional, no se consideraría la situación como un “juego de suma 0”, lo que ganen los nuevos operadores no necesariamente lo estarían perdiendo los sectores tradicionales (Autoritat Catalana de la Competència, 2014, pág. 10).

Esta afirmación podría requerir de algunas matizaciones tal y como la ACCO aclara posteriormente, afirmando que podrían competir en cierto grado con la demanda previamente existente en actividades sustitutivas. Actividades con pocos elementos diferenciadores como los taxis tienen tarifas establecidas por las administraciones. Si un nuevo operador presta el mismo servicio con precios inferiores será capaz de inducir demanda pero, a su vez, atraerá a la demanda que hasta el momento utilizaba taxis. El usuario, en la mayoría de casos preferirá obtener el mismo servicio (ser transportado de un lugar a otro), con un precio sensiblemente inferior.

#### 4. POSICIONAMIENTO DE LOS ORGANISMOS COMPETENTES

---

Conscientes del peso e importancia de la economía colaborativa, organismos competentes de todos los niveles, han comenzado a trabajar en su análisis y en la búsqueda del máximo aprovechamiento de esta oportunidad.

La CNMC se halla inmersa en la elaboración de un estudio acerca de la economía colaborativa (noviembre de 2014), cuyo propósito es “analizar, bajo la óptica de competencia y de regulación económica eficiente, la economía colaborativa y las distintas restricciones existentes, centrándose en aquellos mercados en los que el fenómeno está teniendo inicialmente un mayor impacto. El objeto del estudio es obtener una serie de conclusiones y recomendaciones tendentes a la adopción de una regulación más favorecedora de la competencia y de la eficiencia económica” (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia , 2016).

La ACCO, por su parte, ha publicado “Transacciones entre iguales (P2P) y competencia” (Julio de 2014), documento centrado en la promoción de la competencia, analizando el fenómeno de la profesionalización de los particulares y el impacto de este en la innovación y la competencia (Autoritat Catalana de la Competència, 2014, págs. 2,3).

A nivel europeo, el Comité Económico y Social Europeo (CESE) publicó en 2014 el “Dictamen sobre Consumo colaborativo o participativo: un modelo de sostenibilidad para el siglo XXI”, en el que incluye a la economía colaborativa dentro de su agenda de trabajo.

El Parlamento Europeo ha elaborado recientemente el documento “*The cost of non-Europe in the sharing economy: legal aspects*” (2016), en el cual se encarga de hacer un análisis de las barreras de entrada relativas a la regulación (centrados en los sectores de alojamiento y transportes) en 6 países europeos, entre los que se encuentra España.

Otros organismos como la *Federal Trade Commission* (FTC), la *Australian Competition & Consumer Commission* (ACCC) y el gobierno británico, entre otros, han publicado sus respectivos trabajos relacionados demostrando así la relevancia que está tomando la economía colaborativa a nivel mundial.

## 4.1. Claves del trabajo de los organismos competentes

Los estudios de los organismos citados en el anterior apartado son algunos de los ejemplos más importantes y representativos que se han elaborado hasta la fecha. Desde el trabajo autónomo hasta la consulta pública, todos llegan a una serie de conclusiones muy similar, sentando los cimientos de lo que debería ser una regulación y plan de actuación eficientes para tratar el fenómeno de la economía colaborativa. A continuación, se identifica una serie de analogías que comparten estos trabajos.

### 4.1.1. Agotamiento del sistema actual

Los organismos plasman en sus trabajos la evidencia de que el sistema económico actual (capitalista), presenta síntomas de agotamiento y deterioro. El Dictamen del CESE postula que “el progresivo agotamiento del sistema actual y su incapacidad para satisfacer las demandas individuales y colectivas de los ciudadanos hace conveniente la emergencia de alternativas que se adapten a las necesidades y retos que plantea un futuro tejido en redes digitales” (Comité Económico y Social Europeo, 2014, pág. 2). Esta realidad se caracteriza por las barreras al emprendimiento, elevadas tasas de desempleo, inequidad en la distribución de la riqueza, situaciones de privación del acceso a bienes y servicios básicos o situaciones de competencia imperfecta.

Estas necesidades y retos requieren soluciones innovadoras que suplan las carencias del actual sistema, incapaz de aportarlas dadas las dimensiones que ha adoptado y el cual es cuestionado por diversos autores en numerosas ocasiones (De Grave, 2014). El consumo desmedido y las externalidades negativas a este asociadas toman especial relevancia en los trabajos analizados.

El estudio del Parlamento Europeo comienza en su introducción postulando “*In recent years, a major evolution has begun to reshape the capitalist economy* – En los años recientes, una gran evolución ha comenzado a remodelar la economía capitalista” (Parlamento Europeo, 2016), en referencia a la economía colaborativa y antepone los grandes cambios que supondría la expansión de la misma y la importancia que toma a lo largo del estudio.

### 4.1.2. Obsolescencia de la regulación vigente

Otra clave común a la que llegan estos organismos es la incapacidad de la regulación existente para hacer frente a los nuevos retos que plantea la economía colaborativa. La CNMC afirma que “Los nuevos modelos de economía colaborativa han convertido en obsoletos los marcos regulatorios que se diseñaron conforme a otras tecnologías y realidades y, por lo tanto, han dejado de ser los adecuados para lograr los objetivos de interés público que los justificaron” (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, 2016). La ACCO, por su parte, comenta que “[...]la legislación actualmente vigente no fue diseñada con suficiente flexibilidad, de manera que ha quedado desbordada y, en último extremo, obsoleta” (Autoritat Catalana de la Competència, 2014, pág. 14). Por ejemplo, en España, la Ley de Arrendamientos Urbanos modificada en el año 2013 otorga a las Comunidades Autónomas (CCAA) la regulación de las viviendas de uso turístico. Esta

establece que en algunas CCAA no se permite el alquiler por estancias o el de la vivienda permanente, hecho que impacta de lleno con la economía colaborativa y sus principios de eficiencia y aprovechamiento de los bienes infrautilizados.

A parte de las limitaciones previamente citadas, la descentralización de la potestad hace que el gran número de diferencias entre CCAA frene la expansión de la economía colaborativa y la generación de externalidades positivas.

#### **4.1.3. La importancia de Internet, las plataformas y la reputación**

En los trabajos es reconocida la indudable importancia y condición *sine qua non* la economía colaborativa no tendría lugar. Se hace referencia también en numerosas ocasiones a las tecnologías móviles, facilitadoras del acceso de los actores implicados a la economía colaborativa y del desarrollo de sus actividades.

#### **4.1.4. Cambio de rol en los mercados**

Se reconoce la transformación de los usuarios en suministradores aunque, a su vez, estos pueden seguir siendo consumidores en su propio mercado. Este cambio en la estructura de mercado es especialmente resaltado en los documentos, llegando la CNMC a utilizar el término “prosumidor” (Toffler, 1980), un acrónimo que representa la unión de las palabras consumidor y productor y que encaja en el nuevo papel que desempeñan los particulares en el mercado.

#### **4.1.5. Reconocimiento de la oportunidad**

De diferentes formas, todos los trabajos reconocen a la economía colaborativa como una oportunidad de cambio hacia un futuro positivo. Según palabras de la CNMC, “[...]la economía colaborativa se configura como un fenómeno económico, social y tecnológico imparable e inevitable a nivel mundial, que los ciudadanos, los operadores económicos y las administraciones públicas deben entender e incorporar en sus respectivas actuaciones para aprovechar plenamente los beneficios que de él se derivan. Este fenómeno es pues una oportunidad, una nueva fuente de innovación, productividad, dinamismo y crecimiento económico y, por ello, la regulación ineficiente no debe impedir su desarrollo y aprovechamiento por parte de todos” (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia , 2016).

Además, resaltan que se trata de una oportunidad difícilmente repetible para alcanzar un cambio real y, según el Dictamen del CESE, “El consumo colaborativo comparte muchos objetivos de las políticas de la Unión, tales como aumentar la eficiencia de los recursos, avanzar en la innovación social, generando empleo y prosperidad económica” (Comité Económico y Social Europeo, 2014), de modo que justifica su aprovechamiento en consonancia con muchos de los objetivos perseguidos por la sociedad.

#### 4.1.6. Regulación eficiente y fomentadora

La ACCO concluye su estudio apuntando que “La actuación de los poderes públicos debería encaminarse a propiciar un entorno de mercado flexible que posibilite el desarrollo de la actividad de estos marketplaces, de manera que las restricciones a la competencia (entendidas como barreras de entrada o requisitos para el ejercicio y desarrollo de la actividad por parte de los nuevos oferentes) sean únicamente las necesarias y proporcionadas” (Autoritat Catalana de la Competència, 2014, pág. 18).

Una regulación eficiente es también el objeto del estudio de la CNMC, es decir “[...]obtener una serie de conclusiones y recomendaciones tendentes a la adopción de una regulación más favorecedora de la competencia y de la eficiencia económica” (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, 2016).

Proteger y fomentar la competencia es crucial para los organismos debido a las externalidades positivas que derivan de ella: mayor variedad de oferta, mejora en los precios, aumento de los niveles de calidad y el fomento de la innovación entre otros.

#### 4.2. Posicionamiento de los sectores tradicionales

Como ya se ha mencionado anteriormente, la creciente importancia y expansión global de la economía colaborativa no ha dejado en absoluto indiferentes a los operadores tradicionales que se hallaban establecidos en el mercado. El revuelo ocasionado ha originado desde litigios entre el sector tradicional y las nuevas plataformas hasta manifestaciones y protestas a favor o en contra de los nuevos modelos colaborativos.

Los organismos competentes, tal y como rezan los apartados anteriores, dirigen sus esfuerzos hacia la consecución de una regulación eficiente y proporcionada.

Indudablemente, la legislación varía notablemente de un país a otro y resulta aun más complicado identificar y relacionar todas las normas y leyes que emanan, como en el caso de España, desde los niveles europeo, estatal, autonómico y municipal.

A fecha de la redacción del presente trabajo, en España, muchas de las actividades que promueven las plataformas caen en situaciones de ilegalidad o alegalidad, de modo que existe una necesidad real de actuación para acabar con esta situación.

Debido a las limitaciones que condicionan el presente trabajo, no es posible ahondar en el grueso de leyes y normativas que regulan las actividades económicas pertenecientes al sector turístico pues, como ejemplo, solo para la apertura de un establecimiento hotelero, según declaraciones del presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Joan Molas, un hotel tiene que cumplir con más de 240 leyes y permisos (Consumo Colaborativo, 2016).

### 4.3. Consultas públicas desde la CNMC

Para la elaboración del estudio de la CNMC acerca de la economía colaborativa, este organismo sometió una serie de cuestiones a consulta pública en España. Estas iban desde la correcta descripción de la economía colaborativa hasta cuestiones como la necesidad y la proporcionalidad de la regulación existente para esta materia.

A raíz de esta consulta, la CNMC publica en marzo de 2016 las “Conclusiones preliminares sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa”, un extenso documento (el cual ya se ha citado anteriormente) en el cual llega a proponer 14 recomendaciones preliminares que resume a continuación:



#### Recomendaciones Preliminares

Primera. Aplicación de los principios de regulación económica eficiente por parte de las Administraciones Públicas en la regulación sectorial y horizontal.

Segunda. Manifiestar la plena disponibilidad de colaboración de la CNMC con los órganos judiciales.

Tercera. Incorporar por parte de las Administraciones Públicas la actividad de la economía colaborativa en las estadísticas oficiales.

Cuarta. Evitar el establecimiento de barreras a la salida de usuarios por las plataformas colaborativas.

Quinta. Recomendación a las asociaciones de consumidores y usuarios. Se recomienda a las asociaciones de consumidores y usuarios la utilización de estos sistemas para la detección más eficiente de situaciones de fraude o desprotección del consumidor frente a otros usuarios de la plataforma o frente a la propia plataforma.

Sexta. Mayor libertad de acceso al mercado de viviendas de uso turístico.

Séptima. Mayores libertades en el ejercicio de la actividad de alquiler de viviendas de uso turístico.

Octava. Seguimiento estadístico de la modalidad de alojamiento en viviendas de uso turístico.

Novena. Mayor libertad de acceso al mercado de taxi y VTC.

Décima. Mayores libertades en el ejercicio de la actividad de taxi y VTC.

Undécima. Eliminación de las tarifas reguladas en el sector del taxi.

Duodécima. Limitar la participación de las asociaciones y organizaciones representativas del sector con carácter previo a la adopción de decisiones administrativas.

Decimotercera. Mayor libertad de acceso al mercado de transporte regular de viajeros en autobús

Decimocuarta. Creación de una mesa de seguimiento de la economía colaborativa.

*\*La CNMC insiste en que estas primeras conclusiones son provisionales y están sujetas al resultado de la segunda consulta pública, como procedimiento previo a elevar el informe al Consejo de la CNMC.*

**Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2016)**

#### **4.4. Consideraciones generales acerca de la postura de los sectores tradicionales**

A raíz de consultas públicas llevadas a cabo por la CNMC y análisis de artículos de prensa, para el presente trabajo se ha llevado a cabo un análisis el cual ha permitido conocer aspectos generales sobre la postura de los sectores tradicionales.

##### **4.4.1 Consenso en los beneficios de la economía colaborativa y la nueva oportunidad**

Sectores tradicionales (como la CEHAT), así como representantes de las plataformas (como amovens y Effishopping) y asociaciones de usuarios (como la Asociación Española de la Economía Digital, la Asociación de Usuarios de la Comunicación o la OCU) manifiestan su apoyo a la economía colaborativa y aceptan los beneficios que trae el aumento de la competencia. Los sectores tradicionales son conscientes de que se está planteando una nueva oportunidad de cambio y así lo manifiestan en primera instancia.

##### **4.4.2 Acuerdo en la necesidad de flexibilización regulatoria y competencia justa**

Sin embargo, la aceptación de la economía colaborativa conlleva cumplir algunas condiciones. Organismos como la CEHAT, conscientes de que no se debe dar la espalda a un fenómeno como este, considera a su vez que no pueden coexistir en el mismo territorio un mercado fuertemente regulado, como en el caso de los hoteles, y otro totalmente liberalizado.

Las opiniones vertidas por la mayoría de los representantes tradicionales identifican la necesidad de cambiar la regulación desde dos vertientes:

- Regular la economía colaborativa.
- Flexibilizar y reducir la legislación que afecta a los sectores tradicionales, los cuales en algunos casos hablan de hiperregulación.

Con la consecución de estos objetivos buscan establecer una competencia justa entre ambos sectores, necesaria para el equilibrio y bienestar general.

#### 4.4.3 Algunas voces discordantes

Plataformas como amovens o las Organizaciones representativas de los taxistas de España (compuesta por FEDETAXI, la Confederación del Taxi de España y la Unión Nacional del Taxi) no consideran, dentro del sector de los transportes, que las actividades con ánimo de lucro sean englobadas en la economía colaborativa, de modo que no aceptan que sean una parte de la misma. A su vez, las catalogan como ilegales, economía sumergida y competencia desleal, de modo que piden su castigo por parte de la Ley.

En el caso de las organizaciones representativas de los taxistas, el debate toma un componente hostil, arremetiendo con duras declaraciones en contra la economía colaborativa en su conjunto y concretamente contra su rival más directo, Uber.

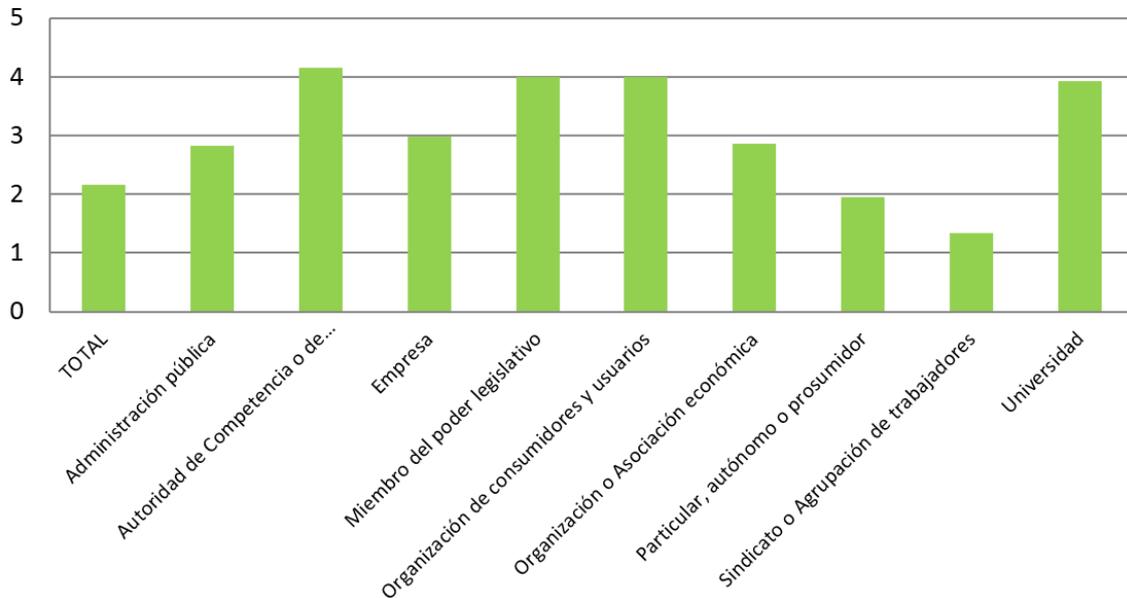
#### 4.4.4 Búsqueda de la tributación por parte de todos los actores

De forma análoga, todos los implicados están de acuerdo en la obligación de declarar los ingresos derivados de estas actividades para evitar la proliferación de la economía sumergida, problemática preocupante en la situación actual.

#### 4.5 Reacciones negativas frente a las conclusiones preliminares de la CNMC

El sometimiento a consulta pública de los resultados preliminares ha contado con 1.150 respuestas. En ella se pide qué calificación, del 1 al 5, le otorgaría a los resultados preliminares, resultando en el siguiente gráfico:

¿Qué nota pondría a los resultados preliminares del estudio de la CNMC?



Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2016)

El gráfico muestra cómo los grupos formados por sindicatos y agrupaciones de trabajadores y los autónomos, en su mayoría, suspenden el estudio preliminar tal y como reza la CNMC en su blog (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, 2016). Estas calificaciones se corresponden con las reacciones de algunos de ellos, como se muestra a continuación.

FEDETAXI publicó una respuesta a estas conclusiones (FEDETAXI, 2016), manteniendo el tono hostil frente a ellas, en la que critica medidas como la liberalización de las tarifas y licencias y desacreditan el estudio por estar actuando en favor de multinacionales. Además, argumentan que al tratarse de servicios públicos, se debe evitar poner en manos privadas el control, pues se corre el riesgo de que desaparezca el servicio en aquellos lugares donde no sea rentable prestarlo.

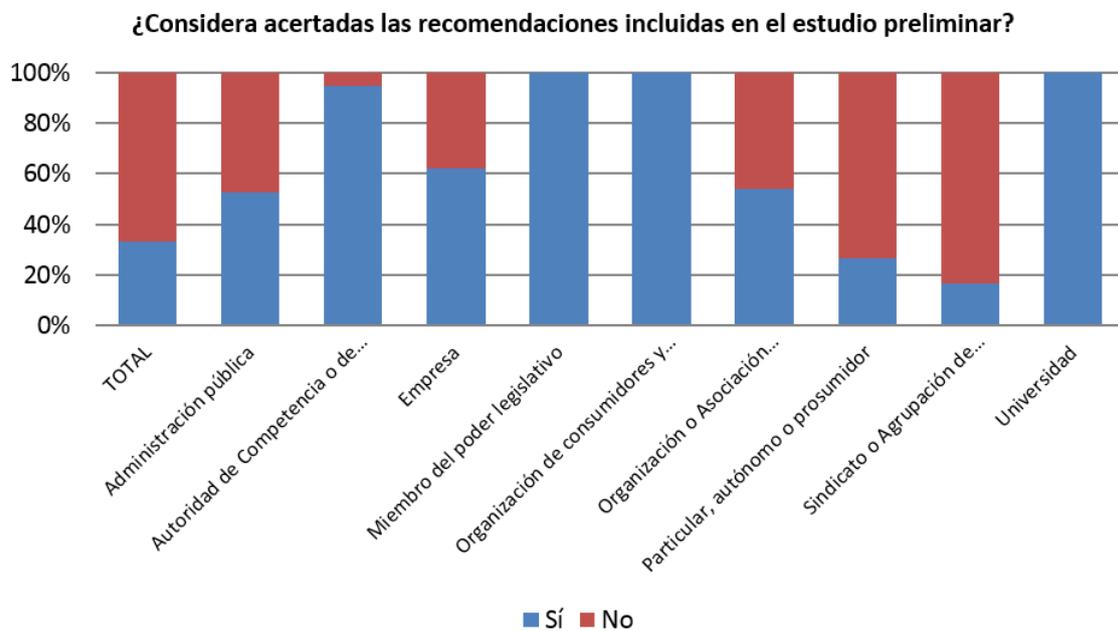
Su presidente, Miguel Ángel Leal, declara:

*“Nos encontramos sorprendidos por lo sesgado y deficiente de un informe que desconoce el marco competencial de nuestra Constitución y recoge datos desactualizados e inexactos... no hacía falta un año para decir lo que se ya había dicho antes de elaborar el informe”*

Por parte de la CEHAT, el descontento con el documento se hace evidente. Su presidente, Joan Molas, lo ha calificado como “grotesco” y vuelve a defender una desregulación del sector hotelero como se ha citado en apartados anteriores de este trabajo (Europa Press, 2016).

En actividades como la restauración o en el caso de representantes de guías turísticos, el debate no es tan intenso, con baja repercusión. La Asociación de Guías de Turismo de Castilla-La Mancha demanda mayor regulación del sector, incluyendo exámenes habilitantes para mantener la calidad de servicio y protección al consumidor y, con ello, pretenden eliminar el intrusismo laboral que afecta al sector (ELDIAdigital.es, 2016).

En el siguiente gráfico, elaborado por la CNMC, se distingue cómo la aceptación general de las recomendaciones es alta pero, una vez más, es lastrada por los sindicatos y autónomos.



Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2016)

La importancia de conocer la posición de los sectores tradicionales resulta indispensable para actuar en consecuencia. Algunos sectores, como los ya mencionados anteriormente, piden un cambio real o permanecen en posiciones inmovilistas, reaccionando ante cualquier amenaza que modifique su *status quo*.

Tras tratar de alumbrar qué es la economía colaborativa, qué se está realizando al respecto y cómo está reaccionando la sociedad ante ello, el análisis de los textos relacionados y artículos de actualidad, a continuación se proponen una serie de recomendaciones con el objetivo de alcanzar una regulación eficiente (ordenadas desde las más generales hasta más específicas), eficaz y proporcionada de esta oportunidad. Algunas de estas recomendaciones pueden coincidir total o parcialmente con las propuestas por organismos competentes.

### **5.1. Colaboración de todos los agentes implicados**

Esto supondría la creación de una mesa de debate en la que todos los agentes implicados puedan dar su opinión, defender sus intereses y llegar a acuerdos consensuados.

### **5.2. Colaboración de los organismos de competencia con los órganos judiciales**

Para la consecución de una regulación eficiente, eficaz y proporcionada, se recomienda la estrecha colaboración de estos organismos públicos.

### **5.3. Establecimiento de criterios de clasificación colaborativos**

En la economía colaborativa coexisten particulares que desean prestar un servicio de forma puntual (para complementar su principal fuente de ingresos) y no necesariamente desean “profesionalizarse”, con aquellos en que constituye su sustento principal. Por ello, se recomienda establecer una serie de criterios para su clasificación y posterior regulación en materia fiscal y requisitos formales.

### **5.4. Profunda reforma de la legislación para los sectores tradicionales**

En los gráficos mostrados con anterioridad se aprecia cómo los sindicatos y asociaciones de trabajadores, los autónomos y las organizaciones y asociaciones económicas (sin contar con la Administración Pública) manifiestan su rechazo frente a las propuestas realizadas por la CNMC.

Sobre líneas generales, estos sectores solicitan más flexibilidad regulatoria y condiciones más favorables para la competencia. Los numerosos requisitos formales que se le exigen a las empresas así como las recientes reformas que afectan a los autónomos avanzan en contra de lo que propone la economía colaborativa.

Dados estos motivos, se recomienda una profunda remodelación real de la legislación vigente, otorgando mayor flexibilidad (especialmente a la figura del autónomo), facilidad de acceso y proporcionalidad, de modo que puedan competir con la economía colaborativa ofreciendo alternativas más profesionales que coexistan en armonía en el mercado.

### **5.5. Regular los modelos colaborativos**

Una regulación eficiente de la economía supondría un paso necesario para establecer una serie de garantías mínimas que protejan a todos los actores involucrados. Esta regulación, basándose en los principios eficiencia económica y proporcionalidad que proponen los organismos competentes, debería fomentar el desarrollo de este nuevo modelo y la competencia.

### **5.6. Revisión de la fiscalidad de las actividades**

Es recomendable una revisión de las obligaciones impuestas a los contribuyentes y todo lo relacionado con la fiscalidad<sup>3</sup>, de modo que no limiten la competencia ni establezcan barreras innecesarias que induzcan a la economía sumergida.

### **5.7. Incorporar pruebas de acreditación para sectores sensibles**

Algunas actividades que se desarrollan en la economía colaborativa implican ciertos riesgos que podrían comprometer la seguridad de los usuarios. Con la realización de pruebas de acreditación proporcionadas para este tipo de actividades se lograría establecer garantías de que el prosumidor está capacitado para prestarlo. Como ejemplos ilustrativos de esta realidad se encuentran:

- Pruebas de acreditación para transporte de pasajeros (en parte equivalentes al extinto BTP, que acrediten que el conductor está capacitado y conoce los riesgos y precauciones, así como el óptimo mantenimiento del vehículo).
- Pruebas de acreditación de guía turístico (que acrediten que el guía está capacitado y no cae en la desinformación ni en la degradación de la cultura local)
- Pruebas de acreditación para actividades de restauración en el domicilio (que acrediten que el oferente está capacitado, conoce la manipulación de alimentos y respeta las condiciones de higiene y seguridad)

---

<sup>3</sup> Entendido como sistema fiscal o conjunto de leyes relativas a los impuestos.

- Pruebas o inspecciones técnicas rápidas para vehículos (para el alquiler de vehículos particulares, comprobación de los elementos de seguridad activa y pasiva, entre otros)

### **5.8. Establecimiento de un seguro obligatorio en las plataformas**

Se recomienda que se establezca un seguro obligatorio que sea garante de la seguridad de los prosumidores. Este seguro, podría ser instaurado con el pago de cantidades simbólicas en cada transacción que no comprometan la rentabilidad ni la eficiencia de las actividades y así, disponer de garantías adicionales en caso de imprevistos de diversa índole.

### **5.9. Crear una base de datos de economía colaborativa**

Con el auge de las nuevas tecnologías y el *Big Data*, resulta muy recomendable el aprovechamiento de las herramientas de análisis e interpretación de datos para favorecer la toma de decisiones y medir el impacto del nuevo modelo. Esto complementa la tercera recomendación preliminar de la CNMC, en referencia a la incorporación de la economía colaborativa en las estadísticas oficiales por parte de la Administración Pública.

El hecho de que las transacciones se realicen a través de las plataformas facilita la trazabilidad de los flujos que se generan en ellas y su medición en tiempo real.

### **5.10. Creación de un sistema centralizado de reputación**

La reputación en la economía colaborativa resulta indispensable para eliminar el miedo y la desconfianza entre “desconocidos”. Cada plataforma dispone de un sistema de valoración diferente y en algunos casos bidireccional de modo que, si el usuario migra desde una plataforma a otra, deberá volver a labrarse una reputación desde el principio. Un sistema centralizado y universal de reputaciones (agregador) permitiría que un usuario con buena reputación disponga de esta en la nueva plataforma así como el usuario con valoraciones desfavorables, favoreciendo la calidad de la oferta.

### **5.11. Liberalización y simplificación de los requisitos de las viviendas turísticas**

Tal y como propone la CNMC, liberalizar el mercado de viviendas de uso turístico supondría una mejora del abanico de la oferta, con mayor variedad y calidad para unos turistas cada vez mejor

informados y más exigentes, de perfil aloccntrico que buscan visitar lugares poco comunes y sentirse parte del destino.

#### **5.12. Mayores libertades de acceso al mercado del taxi y VTC y su ejercicio, aunque con matices**

A diferencia de lo propuesto por la CNMC, con esta medida se flexibilizaría el acceso a este mercado aunque con cierta proteccin al sector del taxi que, dada su naturaleza de servicio pblico, debe seguir existiendo para evitar el abandono de zonas donde su rentabilidad sea baja o inexistente. A su vez, se propone el aumento de los requisitos formales a los prosumidores que deseen prestar este servicio para garantizar unas condiciones de seguridad ptimas as como la obligacin de disponer de un seguro adecuado.

## 6. CONCLUSIONES

---

La economía colaborativa supone una oportunidad de cambio sin precedentes, tal y como lo avalan los diferentes estudios oficiales. Su rápida expansión en los últimos ocho años ha revolucionado la forma tradicional de consumir, así como de producir.

Entraña un modelo de consumo basado en valores, el cual busca el aprovechamiento de bienes que permanecen ociosos o infrautilizados y en el que los particulares toman protagonismo mutando la tradicional estructura de mercado.

Aunque no cuenta con una definición oficial, la economía colaborativa comporta una serie de claves generales que la caracterizan como lo son la sostenibilidad, el uso de plataformas a través de Internet, la reputación, el rol de los particulares o la innovación.

Debido a que se trata de un fenómeno incipiente, los organismos competentes aún se hallan analizando detenidamente su alcance para actuar en consecuencia, dando los primeros y afianzados pasos dada la complejidad y profundidad de los cambios que este requiere. La acogida que la economía colaborativa está teniendo por parte de la sociedad avanza a un ritmo frenético, llegando a causar revuelo en ciertos sectores tradicionales que se sienten amenazados o son reticentes al cambio. Sin embargo, la mayoría de actores implicados son conscientes de la oportunidad que representa, difícilmente repetible y de enorme potencial.

El análisis de los primeros estudios realizados por organismos oficiales de diversa índole, revela que es necesaria una actuación inminente que respete los principios de eficiencia, eficacia y proporcionalidad, de modo que la economía colaborativa coexista en armonía con los mercados tradicionales y genere numerosas externalidades positivas al conjunto de la sociedad. Las recomendaciones que se proponen en sendos estudios hablan, entre otras, de una profunda reforma de la legislación vigente, la cual ha quedado obsoleta al no corresponderse con la realidad actual.

A raíz del análisis de las reacciones que han desencadenado las primeras conclusiones y recomendaciones preliminares relacionadas en España, se puede identificar grupos concretos que las rechazan por considerar que no son acertadas o van en contra de sus intereses. Esto permite alumbrar el camino hacia unas propuestas con las que se logre satisfacer las necesidades del conjunto de la sociedad.

Las recomendaciones que se realizan en este proyecto son fruto de este análisis y tienen como objetivo el desarrollo, lo más óptimo posible, de la economía colaborativa en el sector turístico así como en el resto de sectores económicos, de modo que genere externalidades positivas y suponga un cambio real, es decir, un paso disruptivo con modelos que ya no tienen cabida en el contexto actual.

Un incremento de la oferta en el mercado conlleva mayor competencia, la cual tiene implícitos un aumento de la variedad, la calidad, la innovación, la mejora de los precios y numerosos beneficios

para el conjunto de la sociedad. Por otra parte, el trasfondo sostenible e innovador de la economía colaborativa traza una vía alternativa al desarrollo incontrolado que ha perjudicado y arrastrado al medio ambiente hasta un punto de no retorno. La figura del prosumidor es garante de una mejor distribución de la riqueza y desconcentración del poder, generando oportunidades para los sectores más desfavorecidos y facilitando el acceso a los bienes y servicios más básicos.

Estas últimas son solo algunas de las externalidades positivas más destacadas aunque, por otra parte, la regulación propuesta para la economía colaborativa también pretende evitar la aparición de externalidades negativas, tales como la economía sumergida, la especulación, la proliferación de actividades ilícitas o la violación de los derechos de los consumidores.

Por lo tanto, la economía colaborativa es la materialización de una respuesta a las inquietudes y carencias actuales dado el agotamiento del sistema capitalista y su incapacidad para satisfacer las necesidades de la sociedad .

## 7. LIMITACIONES

---

La elaboración del presente trabajo ha comportado limitaciones relacionadas con la escasez de material bibliográfico de esta temática debido, principalmente, a que se trata de un tema incipiente.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

---

Autoritat Catalana de la Competència. (2014). Transacciones entre iguales (P2P).

Botsman, R. (2010). *TED*. Obtenido de [https://www.ted.com/talks/rachel\\_botsman\\_the\\_case\\_for\\_collaborative\\_consumption?language=es](https://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_case_for_collaborative_consumption?language=es)

Botsman, R. (2012). *TED*. Obtenido de [https://www.ted.com/talks/rachel\\_botsman\\_the\\_currency\\_of\\_the\\_new\\_economy\\_is\\_trust?language=es](https://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_currency_of_the_new_economy_is_trust?language=es)

Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. New York: Harper Collins.

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia . (2016). *Conclusiones preliminares sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa* .

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. (2016). *#Economíacolaborativa: 1.150 respuestas a nuestras recomendaciones*. Obtenido de <https://blog.cnmec.es/2016/06/03/economiacolaborativa-1-150-respuestas-a-nuestras-recomendaciones/>

Comité Económico y Social Europeo. (2014). *Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre Consumo colaborativo o participativo: un modelo de sostenibilidad para el siglo XXI*.

Consumo Colaborativo. (2016). *Las conclusiones preliminares de la CNMC no dejan a nadie indiferente*. Obtenido de <http://www.consumocolaborativo.com/2016/03/21/las-conclusiones-preliminares-de-la-cnmc-no-dejan-a-nadie-indiferente/>

- De Grave, A. (2014). La economía colaborativa: ¿La última resistencia del capitalismo? (  
<http://magazine.ouishare.net/es/2014/06/economia-colaborativa-ultima-resistencia-capitalismo/>).
- ELDIAdigital.es. (2016). *Los guías turísticos reclaman una mayor regulación del sector*. Obtenido de <http://eldiadigital.es/not/174791/los-guias-turisticos-reclaman-una-mayor-regulacion-del-sector>
- Europa Press. (2016). *La patronal hotelera tacha de "grotesco" el informe sobre economía colaborativa de la CNMC*. Obtenido de <http://www.europapress.es/turismo/hoteles/noticia-patronal-hotelera-tacha-grotesco-informe-economia-colaborativa-cnmc-20160316135952.html>
- FEDETAXI. (2016). *RESPUESTA A LAS CONCLUSIONES PRELIMINARES DEL ESTUDIO DE LA CNMC SOBRE ECONOMÍA COLABORATIVA Y MODELOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS*. Obtenido de <http://www.fedetaxi.com/respuesta-a-las-conclusiones-prelimin角度-del-estudio-de-la-cnmc-sobre-economia-colaborativa-y-modelos-de-prestacion-de-servicios/>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio*. DEUSTO S.A. EDICIONES.
- Parlamento Europeo. (2016). *The cost of non-Europe in the sharing economy: legal aspects*.
- Toffler, A. (1980). *The Third Wave* .