



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

GRADO EN TURISMO

La revolución del sector turístico.

¿Transporte colaborativo o competencia desleal?

Trabajo Fin de Grado presentado por Laura Oliva Pozo, siendo la tutora del mismo la profesora D^a. María Inmaculada López de la Torre.

Vº. Bº. de la Tutora:

Alumna:

Dña.

Dña.

Sevilla. Junio de 2020



**GRADO EN TURISMO
FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS**

**TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2019-2020]**

TÍTULO:

**LA REVOLUCIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO. ¿TRANSPORTE COLABORATIVO O
COMPETENCIA DESLEAL?**

AUTOR:

LAURA OLIVA POZO

TUTOR:

D^a. MARÍA INMACULADA LÓPEZ DE LA TORRE

DEPARTAMENTO:

DERECHO MERCANTIL

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

DERECHO MERCANTIL

RESUMEN:

El presente trabajo trata sobre la irrupción de la economía colaborativa en el sector del turismo, evaluando los beneficios e inconvenientes que ésta ha provocado, además de la repercusión que ha tenido en algunos subsectores, prestando especial atención al del transporte de pasajeros. El lanzamiento de la plataforma Uber en España polemizó la regulación del sector del transporte, poniendo en pie a los taxistas a través de diversas demandas alegando la desigualdad normativa entre ambos modelos de negocio. En consecuencia, se han producido numerosos pronunciamientos judiciales que han supuesto modificaciones en la normativa aplicable al sector, con la intención de paliar los conflictos y evitar los comportamientos desleales por parte de los nuevos modelos de negocio, consiguiendo así armonizar la situación entre ambos ámbitos y una competencia que resulte beneficiosa.

PALABRAS CLAVE:

Economía Colaborativa; Plataformas Colaborativas; Uber; Competencia Desleal; Regulación Transporte.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	1
1.2 OBJETIVOS Y METODOLOGÍA.....	1
2. ECONOMÍA COLABORATIVA.....	3
2.1 CONCEPTO	3
2.1.1 Beneficios de la economía colaborativa	5
2.1.2 Problemática de la economía colaborativa.....	5
2.1.3 Regulación de la economía colaborativa	6
2.2 TURISMO COLABORATIVO	6
2.2.1 Modelos de negocio de turismo colaborativo	7
2.2.2 Impactos en el turismo de la economía colaborativa.....	8
3. TRANSPORTE COLABORATIVO	11
3.1 TRANSPORTE COLABORATIVO Y MODELOS DE NEGOCIO	11
3.1.1 Las principales empresas de transporte colaborativo	11
3.2 PROBLEMÁTICA SOBRE LAS DISPOSICIONES NORMATIVAS DE APLICACIÓN A UBER	12
3.2.1 Tributación en paraíso fiscal	12
3.2.2 Relación laboral de UBER con los proveedores del servicio	13
3.2.3 ¿Intermediación o empresa transportista?	16
4. COMPETENCIA DESLEAL Y CONFLICTO UBER-TAXI	19
4.1 RAZONES DEL CONFLICTO	19
4.1.1 Restricciones del sector del taxi.....	20
4.1.2 Diferencias entre taxi y vehículo con licencia VTC.....	21
4.2 LEY DE COMPETENCIA DESLEAL	23
4.3 CONSECUENCIAS DEL CONFLICTO	24
5. CONCLUSIÓN.....	27
BIBLIOGRAFÍA.....	29

1. INTRODUCCIÓN

1.1 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

En la actualidad, el turismo es uno de los sectores más importantes para el crecimiento económico, tanto global como local. Tal y como reflejan los datos de los países pertenecientes a la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) en el informe “*Tourism Trends and Policies 2020*”, la actividad contribuye al desarrollo económico de forma directa, aportando el 4,4% del PIB, el 6,9% del empleo y el 21,5% de la exportación de servicios en el entorno OCDE (Laetitia, 2020).

La irrupción que ha tenido el desarrollo de las nuevas tecnologías en la economía ha dado lugar un nuevo modelo de negocio, el cual conocemos con el nombre de “economía colaborativa”. Este modelo se ha expandido hacia numerosos sectores, teniendo una gran relevancia y peso en el del turismo, donde se ha producido una enorme transformación de la actividad por la aparición de empresas que han desplazado a las tradicionales que se encontraban asentadas. La alteración del sector resulta muy relevante para el conjunto de la economía española, ya que éste aportó un 12,5% al PIB nacional en el ejercicio de 2018 y generó 2,62 millones de puestos de trabajo, suponiendo un 12,7% del empleo total, según el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2019). Según los datos recogidos por un estudio de la Asociación Española de Economía Digital, se estima que la aparición y el auge del turismo colaborativo ha supuesto que esta actividad genere entre un 1 y 1,4% del total del PIB, datos que se prevén duplicados para el 2025, alcanzando entonces hasta cifras de entre un 2 y 2,9%. Sin embargo, debemos de tener en cuenta que en estos datos se excluye la valoración de empresas de transporte como, por ejemplo, Uber (Paniagua, 2017).

Como hemos dicho, la incidencia de la economía colaborativa en el sector del turismo ha tenido un gran peso, pero no solo de forma positiva. La irrupción de empresas que se amparaban bajo el paraguas de este modelo de negocio ha tenido externalidades negativas para los prestadores de servicio tradicionales, los cuales se han topado con situaciones de competencia desleal derivadas de la digitalización del sector en el que actúan. Esto es lo que ha ocurrido principalmente con los taxistas y la llegada de Uber a España, la cual ha supuesto un gran número de pronunciamientos judiciales al respecto por la dificultad de calificación de la actividad que realiza y la falta de regulación específica para este tipo de plataformas, lo que supone desigualdad en la prestación del servicio de transporte, incurriendo así en la práctica de comportamientos desleales. Todas estas cuestiones serán tratadas a lo largo del presente trabajo, intentando así acercarnos a una visión más clara sobre el paradigma que supone la entrada de nuevas empresas al sector del turismo, específicamente al subsector del transporte, y las consecuencias que esto tiene para el conjunto de la sociedad.

1.2 OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

De forma general, el objetivo que se pretende abordar es relativo a las consecuencias que la irrupción del turismo colaborativo, basado en el nuevo modelo de negocio de economía colaborativa, ha tenido sobre la sociedad y sobre el mercado tradicional que se encuentra asentado en el sector. De forma más concreta, nos centraremos en la investigación sobre el transporte colaborativo y con ello, el peso que ha tenido el lanzamiento de plataformas colaborativas en dicho ámbito, especialmente el de la empresa Uber.

Entre los objetivos específicos que engloba el trabajo, trataremos de definir y comprender qué es y qué supone la economía colaborativa, así como los beneficios e inconvenientes que ésta supone para el conjunto de la sociedad. Se valorará el impacto

que ha tenido sobre el turismo y los subsectores que lo conforman, específicamente sobre el del transporte de pasajeros. Así, nos centraremos en la llegada de la plataforma Uber a España bajo la denominación de “prestador de servicios de la información”, y las consecuencias que esto ha tenido para los taxistas. Conoceremos la postura actual que el ámbito tradicional tiene ante la presencia de esta nueva competencia, así como los pronunciamientos judiciales que provocaron las diversas demandas interpuestas por el sector del taxi, tanto a nivel nacional como europeo y, en consecuencia, las modificaciones que se han producido en los marcos jurídicos con el objetivo de armonizar el mercado.

La metodología empleada para el conocimiento de todos los datos relativos al impacto de la economía y el turismo colaborativo se ha basado, principalmente, en bibliografía especializada sobre la regulación y el fenómeno de este modelo de negocio. Para abordar el conflicto jurídico y comparar las diferentes normas relativas a la regulación de la plataforma de arrendamiento de vehículo con conductor y al sector del taxi, hemos analizado leyes, reglamentos, directivas y decretos tanto a nivel nacional como europeo, pudiendo así establecer una visión coherente basada en derecho para valorar el incumplimiento de las normas por parte de la empresa de transporte Uber. Además, también han sido fuentes de información diversas páginas webs que recogen el progreso y evolución que ha tenido el conflicto entre la plataforma y los taxistas, así como las modificaciones que se han realizado en la normativa.

2. ECONOMÍA COLABORATIVA

2.1 CONCEPTO

Tras la última crisis económico-financiera, la cual tuvo su origen en 2008 y en la que el concepto de recurso escaso adquirió su pleno significado, se han producido cambios tanto en la estructura socioeconómica como en múltiples aspectos relacionados con la política, la economía, la demografía y la tecnología. Los actores económicos son conscientes de que no se puede hacer un uso ineficiente e irracional de los recursos existentes ya que estos son limitados y, por lo tanto, es necesario racionalizar su consumo y su uso. Estos cambios, junto con los que se han producido en los valores, la cultura, la globalización, el uso de los bienes y el desarrollo de las tecnologías, han provocado que la colaboración, la cooperación y el compartir recursos adquiera valor, dando lugar a un nuevo paradigma económico, el cual conocemos popularmente como “economía colaborativa” (Alonso Almeida et al., 2017; Rodríguez Antón et al., 2017).

El hecho de compartir no nace con este nuevo modelo, sin embargo, el proceso se ha facilitado por el uso generalizado e intensivo de las TICs, las cuales han tenido y tienen un papel fundamental en el surgimiento y desarrollo de este tipo de economía. Las nuevas tecnologías posibilitan la reducción de los costes de transacción y, en consecuencia, de los precios, con lo que alcanza una mayor eficiencia.

Este modelo implica una manera diferente de competencia y el establecimiento de nuevas relaciones en la cadena de suministro, a través de la creación de valor en ella. Se rompe la forma tradicional de la cadena de suministro por la operación directa de negocio que se lleva a cabo entre empresas y clientes, eliminándose así la acción del intermediario en la relación proveedores-intermediario-consumidores.

Además de crear nuevos mercados y ampliar los existentes, las empresas que se engloban dentro de la economía colaborativa se han introducido en negocios que se encontraban atendidos únicamente por prestadores tradicionales. Esto pone de manifiesto una cuestión clave tanto para las autoridades como para los operadores del mercado y es que si, con arreglo a la legislación vigente de la Unión Europea, las plataformas colaborativas y las empresas tradicionales pueden estar sujetos de igual forma a los requisitos de acceso al mercado y, en el caso de que fuese así, en qué medida (European Commission, 2016).

Sin embargo, nos encontramos con la complejidad que engloba el término de economía colaborativa, ya que agrupa una enorme heterogeneidad de modos de producción y consumo, y no todos deberían ser considerados como “colaborativos”. Por ello, existen diversas maneras de referirnos a este modelo además del que ya hemos nombrado, como, por ejemplo: economía compartida, consumo colaborativo, economía de intercambio, economía de acceso o economía entre pares, términos los cuales están relacionados con expresiones inglesas que están extendidas a nivel mundial (*collaborative economy, sharing economy, collaborative consumption, access economy, on-demand economy o peer to peer economy -p2p*). Esto da lugar a que existan una gran cantidad de definiciones, por lo que vamos a exponer algunas de ellas:

- Según Rodríguez Antón et al. (2017), la economía colaborativa o compartida “pura” se debería definir como *“un modelo económico y social en el que los agentes económico-sociales comparten, de manera temporal, con un objetivo claramente social, activos, bienes y servicios que en muchos casos estaban infrutilizados, a cambio de dinero o de otro servicio, utilizando como apoyo plataformas online.”* Por lo tanto, según esta definición, se excluiría a los negocios en los que se actúe con ánimo de lucro.

- La Comisión Europea, en la comunicación titulada “Una agenda Europea para la economía colaborativa”, se refiere a *“modelos de negocio en los que se facilitan actividades mediante plataformas colaborativas que crean un mercado abierto para el uso temporal de mercancías o servicios ofrecidos a menudo por particulares.”*. También añade que *“por lo general, las transacciones de la economía colaborativa no implican un cambio de propiedad y pueden realizarse con o sin ánimo de lucro.”* (European Commission, 2016).
- Sharing España (SHES) es un colectivo dependiente de la Asociación Española de la Economía Digital (Adigital) que agrupa a diferentes empresas de la economía colaborativa. Para SHES, esta economía representa *“la aparición de nuevos modelos empresariales y de consumo en los que gracias a las nuevas tecnologías se accede a bienes y servicios más eficientes y participativos.”*, añadiendo que *“unas veces puede basarse en una relación entre iguales, esto es peer-to-peer (P2P), o bien en la puesta a disposición por parte de una empresa al acceso por los usuarios.”* (Sharing, 2020).

Sin embargo, este colectivo reúne a diversas empresas que trabajan desde las diferentes connotaciones que puede tener el concepto de economía colaborativa, por lo que se produce una fragmentación del concepto, ya que a veces se tiene una visión más restrictiva y solo se consideran actividades de este modelo las que se producen entre particulares (P2P) y, otras veces la posición es más amplia y se engloban también a las que tienen lugar bajo los conceptos de economía bajo demanda o de acceso. De este modo, en un informe elaborado por Sara Rodríguez Marín para Sharing España se distingue, teniendo en cuenta la importancia de la tecnología y plataformas, estos tres términos de la siguiente manera:

- *“La **economía colaborativa** la conforman aquellos modelos de producción, consumo o financiación que se basan en la intermediación entre la oferta y la demanda generada en relaciones entre iguales (P2P o B2B) o de particular a profesional a través de plataformas digitales que no prestan el servicio subyacente, generando un aprovechamiento eficiente y sostenible de los bienes y recursos ya existentes e infrutilizados permitiendo utilizar, compartir, intercambiar o invertir los recursos o bienes, pudiendo existir o no una contraprestación entre los usuarios.*
- *Dentro de la **economía bajo demanda**, encontramos aquellos modelos de consumo y provisión de servicios que se basan en la intermediación entre la oferta y la demanda generada habitualmente de profesional a consumidor (B2C) a través de plataformas digitales que no prestan el servicio subyacente y cuya prestación se origina en base a las necesidades del usuario que demanda y se adapta a sus preferencias, prestándose normalmente a cambio de una contraprestación y habitualmente con ánimo de lucro.*
- *Forman parte de la **economía de acceso** aquellos modelos de consumo en los cuales una empresa, con fines comerciales, pone a disposición de un conjunto de usuarios unos bienes para su uso temporal, adaptándose al tiempo de uso efectivo que requieren dichos usuarios y flexibilizando la localización espacial de los mismos.”*. En este modelo, los usuarios normalmente no tienen contacto directo a la hora de efectuar las transacciones.
- Por último, y siguiendo la mencionada distinción sobre economía colaborativa realizada por SHES, en opinión de Telles (2016), existen

muchas empresas que se engloban en la economía colaborativa que realmente no realizan actividades que se correspondan con las definiciones que han sido puestas de manifiesto anteriormente. Entre estas organizaciones, podemos incluir algunas como Uber o Airbnb. Por esta razón, prefiere utilizar el concepto de “empresas de emparejamiento digital”, definiéndolas como aquellas que *“proporcionan plataformas o mercados online que permiten el emparejamiento de los oferentes de servicios con los consumidores.”*

2.1.1 Beneficios de la economía colaborativa

La economía colaborativa ofrece una serie de beneficios, entre los que se encuentran los siguientes:

- La reducción de necesidades de propiedad individual.
- La reducción de precios.
- El incremento del uso de recursos que se encuentran infrutilizados y, por lo tanto, la reducción del exceso de capacidad.
- El aumento de la disponibilidad monetaria de los consumidores que, a su vez, permite el incrementar el consumo de otros bienes y servicios.
- El incremento de la competencia en consecuencia del aumento del número de operadores, que se evidencia en una mayor cantidad y variedad de la oferta.
- El fomento de la innovación, tanto en los nuevos servicios como en las nuevas formas de pago.
- La reducción de los costes de transacción, especialmente los de búsqueda de información (Rodríguez Antón et al., 2017).

2.1.2 Problemática de la economía colaborativa

A su vez, de este nuevo modelo de economía también surgen una serie de problemas y conflictos que aún no han sido resueltos, dentro de los cuales podemos destacar:

- La fuerte oposición de las empresas tradicionales ante los nuevos negocios.
- La presión que se lleva a cabo hacia los gobiernos para que se regulen las actividades colaborativas.
- Las batallas legales que surgen a partir de la regulación en temas relacionados con impuestos, competencia (véase el caso Uber-taxi u hoteles-Airbnb), seguros, etc.
- La falta de confianza a la hora de la calidad que van a tener los servicios que adquieran los consumidores, a consecuencia de la falta de una regulación específica para este tipo de negocios colaborativos. Por esta razón, también puede ponerse en peligro la seguridad y privacidad de los consumidores.
- Los salarios y las relaciones laborales que, por falta de regulación laboral entre las plataformas y los sujetos que en ellas prestan los servicios, puede dar lugar a la explotación silenciosa, pues se les confiere la condición de autónomos cuando realmente no lo son (Alonso Almeida et al., 2017; Gosálbez Pequeño, 2019; Rodríguez Antón et al., 2017).

2.1.3 Regulación de la economía colaborativa

Como hemos expuesto en el punto anterior, uno de los problemas y quizás el detonante de todos los demás, es la falta de regulación específica que engloba a la economía colaborativa, la cual provoca inseguridad jurídica. Las personas que se ven afectadas no saben con certeza si, y en qué condiciones, dichas actividades están permitidas. Esto, a su vez, puede ocasionar conflictos, resoluciones jurídicas que sean contradictorias y desigualdades, así como obstaculizar del desarrollo de innovaciones que resultan beneficiosas socialmente, ya que serían más arriesgadas para sus creadores.

Es probable que, por esa situación de vacío legal, siquiera *de facto*, las actividades que se desarrollan dentro del modelo acaben siendo sometidas a soluciones jurídicas desequilibradas. Por ejemplo, puede ocurrir que las autoridades encargadas de aplicar el ordenamiento jurídico impongan restricciones de la libertad que sean desproporcionadas. También, que aquellos que llevan a cabo dichas actividades no contribuyan al sostenimiento de los gastos públicos como exigen los principios constitucionales del sistema tributario.

Por esta razón, mientras no se establezca una regulación propia que sea conforme a los principios constitucionales, las autoridades competentes tendrán que aplicar el ordenamiento jurídico ya existente, con el fin de resolver los casos sometidos. Sin embargo, muchas de las actividades de la economía colaborativa no encajan en las disposiciones preexistentes, si no que suelen encontrarse entre dos o más categorías jurídicas tradicionales (Doménech Pascual, 2015).

2.2 TURISMO COLABORATIVO

La economía colaborativa se está implantando y ganando un gran protagonismo en muchos sectores económicos claves, como por ejemplo en la producción de bienes y la prestación de servicios profesionales y financieros, en la educación, salud, logística y un largo etc. Sin embargo, el sector turístico está siendo el más afectado por este nuevo modelo económico, principalmente en aspectos relacionados con las decisiones sobre elección del destino, el aumento en la frecuencia de los viajes, la duración de las estancias y el tipo de productos y servicios que se consumen durante (Tussyadiah & Pesonen, 2016).

Al igual que ocurre con el concepto de economía colaborativa, existen diversos términos con los que representar a las diversas actividades que se llevan a cabo bajo el término de turismo colaborativo y turismo compartido (*collaborative tourism* y *sharing tourism*, en inglés), siendo estos los más extendidos. De esta forma, podemos referirnos a este modelo de negocio de la misma forma que lo hacemos con la economía colaborativa, pero enfocado al sector y a las actividades que en él prevalecen, definiéndolo como aquel “modelo económico y social en el que los agentes económico-sociales turísticos comparten, de manera temporal, con un objetivo claramente social, activos, bienes y servicios que en muchos casos estaban infrutilizados, a cambio de dinero o de otro servicio, utilizando como apoyo plataformas online” (Alonso Almeida et al., 2017; Rodríguez Antón et al., 2017).

Uno de los aspectos más relevantes del turismo colaborativo y que se encuentra en el epicentro de su auge y de la transformación del sector, es el desarrollo de las TICs, que ha dado lugar a la aparición de *startup* y de plataformas online como soporte para la intermediación entre oferta y demanda. Así, nos encontramos con oferentes que pueden compartir u ofertar un producto o servicio sin grandes dificultades ni exigencias por el vacío legal existente; y con demandantes que pueden obtener lo que desean sin ningún

tipo de limitación horaria o espacial, además de poder comparar entre un gran número de ofertas, obteniendo una clara reducción de los costes. Además, el hecho de que los oferentes puedan contactar directamente con los turistas a través de dichas plataformas transforma el papel de las empresas tradicionales, por lo que estamos viviendo un proceso de reorganización empresarial. Esto se suma a la evolución de productos o servicios que se ofertan, ya que aparecen nuevos servicios turísticos (Fernández, 2016).

A partir de los tres agentes nombrados (plataforma, prestador de servicio y usuario) y del triángulo contractual que conforman, ha surgido un debate jurídico alrededor de la determinación de la naturaleza jurídica y la regulación de las actividades que llevan a cabo las plataformas colaborativas, ya que se establece su función de intermediario entre oferta y demanda, pero en ciertas ocasiones no es solo éste el ejercicio que realizan. La principal característica de las plataformas colaborativas es que son un tipo de plataformas digitales que operan en mercados bilaterales o multilaterales, permitiendo la interacción entre diferentes usuarios para el uso de bienes y servicios, ya sea bajo modelos que son considerados puramente colaborativos como BlaBlaCar, o bajo demanda como es el caso de Uber.

Sin embargo, el Congreso Italiano intenta establecer una definición de las plataformas colaborativas, y en la Propuesta de Ley sobre la Disciplina de plataformas digitales para compartir bienes y servicios y disposiciones para promover la economía del intercambio, manifiesta que en la actividad que llevan a cabo estas plataformas “no existe ninguna relación laboral subordinada entre el administrador de la plataforma y los usuarios” y, además, “se excluyen las plataformas que operan a favor de operadores profesionales inscritos en el registro mercantil” (Camera dei Deputati, 2016). De esta manera, se excluyen los modelos de negocio que se realizan bajo la economía de acceso, ya que la plataforma es la titular de los bienes y servicios que se ofertan; y los que se incluyen en la economía bajo demanda, por haber una relación laboral encubierta entre la plataforma y el profesional que se encarga de prestar el servicio, como sería el caso de Uber.

Por lo tanto, la actividad que llevan a cabo las plataformas es de intermediación mercantil, “propia de un prestador de Servicios de la Sociedad de la Información” y, la que realizan los usuarios de ellas, sí es la que puede ser calificada como colaborativa o bajo demanda, por lo que son dos contratos independientes el uno del otro. Por esta razón, se plantea si jurídicamente se deben de diferenciar los nuevos modelos de negocio que se realizan bajo el turismo colaborativo de los modelos tradicionales de intermediación turística que se llevan a cabo a través de plataformas digitales como son, por ejemplo, las OTAs (agencias de viaje online). Existe confusión sobre si las plataformas colaborativas prestan el servicio de mediación turística según la legislación autonómica turística, pero si la respuesta fuese afirmativa, sería necesario que se les aplicasen los requisitos legales y reglamentarios impuestos por la normativa sectorial a los intermediarios turísticos, especialmente a las OTAs (Gosálbez Pequeño, 2019).

2.2.1 Modelos de negocio de turismo colaborativo

En el sector turístico es habitual realizar una clasificación de las diferentes actividades que se realizan bajo el modelo de economía colaborativa, normalmente atendiendo a los diferentes subsectores de los que forman parte como, por ejemplo: alojamiento, transporte, gastronomía, etc. Realizaremos esta clasificación más adelante, centrándonos en las diferentes actividades que se llevan a cabo en el subsector del transporte.

Sin embargo, esta taxonomía no tiene en cuenta otro factor que resulta clave como es el interés lucrativo o no de los diferentes agentes que participan en las actividades. De esta forma, se podrían manifestar dos modelos generales:

- En primer lugar, el modelo de intercambio sin ánimo de lucro, en el que no hay transacción o sólo existe un reembolso de los gastos. Es un modelo minoritario, y serían ejemplos de estas plataformas o redes sociales como Couchsurfing o BlaBlaCar.
- En segundo lugar, el modelo de negocio o empresa, en el cual existe un productor o anfitrión que se lucra por el servicio que proporciona al cliente. En este modelo son representativos el alquiler de viviendas turísticas a través de plataformas como Airbnb y el transporte urbano e interurbano mediante plataformas como Uber (Alonso Almeida et al., 2017; Gosálbez Pequeño, 2019).

2.2.2 Impactos en el turismo de la economía colaborativa

La economía colaborativa ha tenido un gran impacto en los modelos de negocio del sector turístico, tanto para los nuevos oferentes como para las empresas ya asentadas en el sector, así como para los turistas, para la población de los destinos turísticos y la sociedad en general. De esta manera, estamos ante un impacto económico, social y jurídico, que tiene consecuencias tanto positivas como negativas, las cuales van a ser expuestas a continuación.

En primer lugar, los efectos positivos que ha supuesto el modelo colaborativo para el turismo son los siguientes:

- El uso más eficiente de los recursos que se encontraban infrautilizados, sobre todo en materia de alojamiento y transporte. Muchas de las personas que ahora ofertan a través de plataformas sus viviendas vacacionales, antes solo las utilizaban durante sus periodos de vacaciones, sin embargo, ahora pueden ser ocupadas por terceros y, por lo tanto, se pueden enfocar en disfrutar de sus viajes sin la carga de acumular propiedades que limiten la experiencia de viajar.

Esto tiene como consecuencia el descenso de los precios de los productos y servicios turísticos, lo que supone un cambio en la dinámica del sector. El ahorro que supone la eliminación de los costes de transacción permite que a través de las plataformas se puedan ofertar productos y servicios a un precio menor que las empresas tradicionales, las cuales ven la necesidad de adaptarse a la nueva competencia.

- Otro de los impactos, y que deriva de los previos nombrados, es que supone un beneficio económico tanto para los propietarios de los bienes y servicios que se ofertan, como para los consumidores y, además, también para los destinos turísticos. Los propietarios obtienen rentas económicas al ofertar bienes que se encuentran infrautilizados y, al poder hacerlo a un precio bajo, los demandantes pueden consumir más productos y servicios. De esta manera, la economía colaborativa contribuye a que el turismo se expanda, ya que los turistas que consumen este tipo de servicios disponen de una renta mayor para viajar más y también realizar un mayor consumo.
- Por otro lado, gracias a la tecnología en la que se ve envuelta, la economía colaborativa impulsa la innovación, creándose así nuevos modelos de negocio, productos y servicios. En el sector turístico, este tipo de economía comenzó introduciéndose en el alojamiento y transporte, y en la actualidad se han expandido a todos los subsectores que lo conforman. Uno de los ejemplos más claros es el lanzamiento de los freetours.

Además, estos nuevos modelos de negocios promueven también la innovación en otros ámbitos como, por ejemplo, en los métodos de pago. El

transporte no ha sido ajeno a ello, y podemos observarlo en el caso de los VTC, en los cuales se puede realizar el pago a través de la aplicación una vez termina el trayecto, pero con un precio fijado de antemano.

- Por último, uno de los impactos más importantes del turismo colaborativo es la mejora del medioambiente. Esto es consecuencia del uso más eficiente de los bienes, de la reducción de la contaminación, mejora del uso del espacio público y un uso y consumo más responsable por parte de los ciudadanos (Alonso Almeida et al., 2017; Cohen & Kietzmann, 2014; Kevin D. Lyons & Stephen Wearing, 2015; Dervojeada et al., 2014; With et al., 2013).

Sin embargo, como la economía colaborativa, el turismo colaborativo y estos modelos de negocio también tienen externalidades negativas como, por ejemplo:

- La dificultad para constatar empíricamente el aporte de los modelos de negocio del turismo colaborativo a la economía real en términos de renta nacional, empleo e impuestos. Incluso se señala la posibilidad de que se esté incrementando la economía sumergida, la evasión fiscal y la destrucción de empleos o, al menos, la reducción de la calidad y de los derechos laborales de los empleos relacionados con el turismo debido al aumento de los que prestan servicios en la economía colaborativa.
- Uno de los beneficios manifestados anteriormente estaba relacionado con los destinos turísticos. Sin embargo, en ellos también se producen impactos negativos derivados de las relaciones entre propietarios de servicios turísticos, turistas y terceros que tengan que convivir con estos negocios. Al incrementarse el uso de las propiedades para ofertarlas a través de plataformas, también aumenta el precio para los residentes de los centros de las ciudades, los cuales pierden sus alquileres de larga duración por pasar a ser alquileres vacacionales. Además, en ciudades como Madrid y Barcelona se han vivido conflictos por el poco respeto que muestran los turistas a la hora de utilizar las viviendas, provocando ruido, inseguridades y suciedad en los inmuebles.

Otra de las consecuencias negativas para los destinos es que la disminución de los precios por los modelos de negocios que han emergido de la economía colaborativa hace que aumente el número de turistas, pero no la calidad de estos. Es decir, aumenta la cantidad de visitantes, pero estos intentan realizar el menor coste posible, por lo que no aportan lo suficiente a la ciudad que viajan.

- En tercer lugar, los turistas que consumen este tipo de actividades bajo el amparo del turismo colaborativo no cuentan con sus derechos garantizados, ya que muchos de estos servicios no cumplen los mismos requisitos que las empresas tradicionales por la falta de regulación específica existente. Esto da lugar a lo que vamos a tratar más adelante en el sector del transporte, y son los conflictos que se derivan entre los competidores tradicionales y los nuevos negocios, ya que los primeros se encuentran ante una desventaja competitiva por estar sometidos a normas y reglamentos muy exigentes.
- Por último, y en relación con el impacto anterior, hay que mencionar el incumplimiento por parte del turismo colaborativo de las normas o estándares de calidad que se exige a los negocios del sector. Además, como ya hemos anticipado en muchas ocasiones, existe un vacío normativo importante y se está tratando de una forma sectorial siendo un fenómeno global, con normas autonómicas e incluso con ordenanzas municipales. En este contexto legal podemos destacar la existencia de intermediarios profesionales cuyo régimen no es claro, como es el caso de Uber, con el que nace la discusión sobre si es un prestador de servicios de la sociedad de la información o un

empresario del sector (Alonso Almeida et al., 2017; Fernández, 2016). Estos dos puntos son los que trataremos a partir del siguiente epígrafe.

3. TRANSPORTE COLABORATIVO

3.1 TRANSPORTE COLABORATIVO Y MODELOS DE NEGOCIO

Como bien hemos puesto de manifiesto en los puntos anteriores, el sector turismo es el más afectado por el surgimiento de la economía colaborativa, especialmente en los aspectos relacionados con las decisiones que toma el turista sobre la elección del destino y el tipo de productos y servicios que consume durante el viaje. Dentro del sector, el transporte y el alojamiento son los dos ámbitos en los que mayor peso está teniendo este modelo económico.

El transporte fue uno de los primeros subsectores en los que se implantó la economía colaborativa, ya que suponía una reducción de costes y, además, se vio favorecido por las deficiencias en las infraestructuras públicas de transporte. De esta manera, han surgido numerosos y diferentes modelos de negocio de movilidad, pero todos ellos siguen la misma idea: “los clientes pagan por el tiempo que utilizan los vehículos, por la distancia recorrida o por una combinación de ambos.” (Rodríguez Antón et al., 2017).

Centrándonos en los más relevantes y usados, los diferentes modelos de negocio pertenecientes al transporte colaborativo que podemos encontrar, según Sharing España, son los siguientes:

- **Carpooling o Ridesharing:** en este modelo se comparte el uso de un vehículo privado con uno o más pasajeros, en un trayecto previamente establecido por el conductor, en el que se comparten gastos y no hay intención lucrativa. Es una representación pura de la economía colaborativa. Dos de las plataformas más utilizadas son BlaBlaCar y UberPop.
- **Car sharing:** sistema por el cual existe la posibilidad de compartir un coche entre varias personas, pero de manera no simultánea. El vehículo suele ser propiedad del titular de la plataforma. Este modelo se encasilla dentro de la economía de acceso, siendo ejemplos de ésta empresas como ZipCar o Car2go.
- **Ridepooling:** modelo en el cual se comparte parte de un trayecto que ya está establecido previamente por el conductor. Cuando tiene lugar entre particulares y sin ánimo de lucro, se considera economía colaborativa. Sin embargo, también puede ser economía bajo demanda si el trayecto es ofrecido por un profesional que se lucra, además de estar adaptado a los requisitos del demandante del servicio. Un ejemplo de este tipo de actividad es UberPool.
- **Servicios de vehículos con conductor:** este modelo agrupa las actividades que consisten en la contratación de un vehículo con conductor, normalmente para trayectos cortos elegidos por el pasajero bajo demanda. En este caso, el conductor es un profesional que realiza la actividad recibiendo una contraprestación a cambio. Debido a la normativa existente en España, estas plataformas operan bajo la licencia VTC (vehículos de turismo con conductor). Un claro ejemplo de este tipo de servicios es UberX (Sara Rodríguez Marín, s. f.).

3.1.1 Las principales empresas de transporte colaborativo

Las plataformas colaborativas relativas al servicio de transporte terrestre con mayor magnitud en el ámbito nacional, como se vienen nombrando a lo largo del presente trabajo, son: BlaBlaCar y Uber. No obstante, ambos modelos de negocio no proceden

de forma homogénea, por lo que los efectos jurídicos que se derivan de su actividad son diferentes.

Por un lado, BlaBlaCar es una representación de la economía colaborativa pura, ya que la relación entre los viajeros y los conductores particulares es entre iguales, la cual “se ciñe al ámbito privado de ambos sujetos.” (Gosálbez Pequeño, 2019). La plataforma funciona como intermediario, y pone en contacto a ambos usuarios para que puedan compartir el gasto derivado del trayecto, recibiendo BlaBlaCar un porcentaje por las relaciones contractuales que se realizan mediante ella, sin que se dé una intención lucrativa por la ejecución del transporte. Por lo tanto, la plataforma no ofrece un servicio de transporte de viajeros por carretera, sino que se limita a ser un medio que facilita el contacto entre particulares para asumir conjuntamente el coste derivado del transporte, el cual es establecido por el conductor.

Por otro lado, el planteamiento que realiza Uber es distinto. Según Gosálbez Pequeño (2019), se puede y debe considerar como una empresa transportista que ejercita a través de una aplicación móvil, por la cual el usuario es el que demanda un viaje y es la aplicación la que pone a disposición el vehículo en el que se va a realizar el trayecto. Es bajo demanda ya que el servicio se presta atendiendo a la solicitud del demandante y, además, se realiza según la operatividad y cercanía del conductor, siendo éste el que va a suministrar el servicio. El coste del trayecto es fijado por la plataforma en función de la distancia recorrida, obteniendo el conductor una comisión de éste, concretamente del 20%. Además de estas cuestiones, Uber también realiza control sobre la prestación del servicio y puede excluir al conductor si rechaza ejecutar el viaje sin motivo, por lo que se llega a la conclusión de que indudablemente, presta un servicio de transporte.

Dentro de esta empresa podemos encontrar dos modelos diferentes de negocio:

- UberPop: este modelo presenta un sistema a través del cual, cualquier persona que disponga de un vehículo particular puede recoger y trasladar a usuarios hasta un destino determinado, en función de la demanda del viajero. Se puede realizar con varios pasajeros a la vez que sigan una misma ruta.
- UberX: este modelo, sin embargo, se encasilla dentro del servicio VTC, ya que proporciona un servicio de transporte urbano de personas con conductor, siendo necesaria la licencia VTC para su funcionamiento.

Las diferencias que nacen respecto al funcionamiento de estas plataformas tienen como consecuencia las heterogéneas regulaciones jurídicas que se han de aplicar en cada uno de los modelos expuestos. Particularmente, esto sucede con relación a las cuestiones sobre competencia desleal en el mercado, en especial con el colectivo de taxis y otros servicios de transporte público. Esto es debido a que estas entidades carecen de requisitos como son las licencias necesarias para llevar a cabo el servicio de transporte, además de los seguros especiales o de las condiciones que deben tener los automóviles de los profesionales del sector (Ruano, 2017).

3.2 PROBLEMÁTICA SOBRE LAS DISPOSICIONES NORMATIVAS DE APLICACIÓN A UBER

3.2.1 Tributación en paraíso fiscal

Una de las problemáticas que rodea a Uber es respecto a la forma de llevar a cabo la actividad en las empresas situadas en los distintos países en los que opera, la cual se relaciona con la tributación fiscal de los beneficios.

En primer lugar, bajo este modelo de negocio, Uber ha organizado su sistema fiscal internacional de manera que no tenga que tributar prácticamente nada de los beneficios que obtiene en el espacio europeo. Su matriz empresarial, Uber Technologies Inc., tiene

la sede en Delaware, un paraíso fiscal que se encuentra en EE. UU., y opera en el extranjero con empresas subsidiarias que no obtienen ingresos directos de la actividad realizada por sus conductores, es decir, son empresas de apoyo. Estos ingresos que se obtienen desde cualquier parte del mundo por el pago de los clientes son enviados a Uber Holanda, donde reside su matriz europea y se encuentra todo el negocio a efectos fiscales. Por esta razón, la filial que se encuentra en España, Uber Systems Spain, está registrada como empresa cuyo cometido es ofrecer soporte a otras empresas.

Por lo tanto, en la práctica y aunque quede lejos de la realidad, la actividad de Uber en España no es el transporte, sino prestar servicios a su matriz, cuya sede se encuentra en Holanda, pudiendo evitar así la declaración de los beneficios obtenidos, ya que se trata de un país en el que las empresas tecnológicas gozan de beneficios fiscales al tener que pagar menos impuestos. En las cuentas del Registro Mercantil presentadas por Uber Systems Spain se registra la actividad que ofrece esta filial y, además, en ellas se señala que los ingresos que obtiene provienen de la matriz de Holanda, la cual le ofrece una contraprestación por los servicios que le presta. Estos beneficios, en 2018, llegaron hasta los 979.914 euros, seis veces más que en el ejercicio anterior. Sin embargo, los beneficios que realmente genera la plataforma colaborativa no existen para la Agencia Tributaria española, y tan solo se abona a Hacienda una parte en concepto de Impuesto de Sociedades.

La Comisión Europea y varios estados miembros de la Unión Europea buscan soluciones para que las empresas tecnológicas paguen sus impuestos correspondientes en los países donde realmente están generando sus beneficios y no donde se haya ubicado la sede centralizada, aunque la acción que realizan actualmente no se considera ilegal, ya que Uber cumple con sus obligaciones fiscales. Además, en su defensa, la plataforma afirma que el 25% de los ingresos que genera permanecen en el país, argumentando que es la parte que cobran sus trabajadores, los cuales sí tributan en España al ser conductores con licencia VTC. Esta práctica ha recibido múltiples críticas por parte de los taxistas, los cuales afirman que se encuentran en una situación de ventaja por el impago de los impuestos correspondientes, por lo que acusan a Uber de competencia desleal (Comunicatur, 2016; Page, 2019; Sánchez, 2019).

3.2.2 Relación laboral de UBER con los proveedores del servicio

Actualmente, la economía colaborativa y, en este caso, el turismo colaborativo, contribuye a una precarización del trabajo por el aumento del falso autoempleo que tiene lugar en algunas empresas de este modelo de negocio. A raíz del interrogante sobre si Uber ejerce control sobre la actividad subyacente que se lleva a cabo a través de la plataforma, nacen otras cuestiones como, por ejemplo, la relación laboral que mantiene con los proveedores del servicio. El conflicto emana por la consideración de autónomos que se les confiere a los conductores de los vehículos, la cual los priva de una relación laboral existente con la empresa que debería de estar sometida al Derecho del Trabajo.

Sin embargo, la cuestión es compleja, ya que las plataformas colaborativas y, en nuestro caso, Uber, llevan a cabo operaciones en relación con este tema para así evitar que sea de interés para el Derecho del Trabajo y la Seguridad Social. En primer lugar, pretenden evitar que la actividad que se lleva a cabo por los conductores sea calificada de profesional, lo cual difiere de la realidad, ya que el servicio que realizan tiene un fin lucrativo y se ejecuta de manera habitual, ofreciendo un volumen que no corresponde a un recurso infrautilizado, sino a una actividad profesionalizada donde el pago es una remuneración. Es importante que la actividad subyacente que se oferta en el mercado se haga de forma profesional, ya que solo si se considera como tal, podrá ser calificada como trabajo por cuenta propia o ajena y, por lo tanto, se le podrá aplicar la regulación derivada. Por esta razón, la plataforma recurre a que la prestación profesional que se desempeña no pueda categorizarse como trabajo por cuenta ajena y, de esta manera,

tampoco se le puedan aplicar las consecuencias de la relación laboral que le corresponde.

Como hemos expuesto, para que la actividad que realizan los proveedores de Uber se considere profesional, según la Comisión Europea (2016) se deberá valorar el cumplimiento de una serie de requisitos: el fin lucrativo, la frecuencia con la que se lleva a cabo los servicios y el volumen de estos.

En primer lugar, el ánimo de lucro puede ser un indicio de que el proveedor del servicio sea considerado un profesional. Si faltase esta condición, podría llegar a concluirse que la actividad que prestan los conductores carece de las características que debe cumplir para pertenecer al ámbito del trabajo por cuenta ajena, ya que faltaría la nota de retribución que señala el art. 1 del Estatuto de los Trabajadores (E.T), en el que se consideran como trabajadores a aquellos que “voluntariamente presten sus servicios retribuidos por cuenta ajena y dentro del ámbito de organización y dirección de otra persona, física o jurídica, denominada empleador o empresario.” (Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores).

Sin embargo, que exista el fin lucrativo no es razón suficiente para que los conductores de Uber obtengan la consideración de profesionales. Por esta razón, también debemos de tener en cuenta tanto la frecuencia con la que se realiza el servicio como el volumen de éste. Por una parte, el criterio de frecuencia nos permite establecer como profesionales a aquellos que no solo prestan el servicio de forma ocasional, sino que lo realizan con un propósito económico y de forma habitual. Además, la habitualidad es un criterio el cual se refiere a que el tiempo de prestación de la actividad debe ser continuada, por lo que, si no se cumple, se excluiría la posibilidad de considerar a los conductores como autónomos según el art. 1 del Estatuto del Trabajo Autónomo, el cual señala como trabajadores de esta condición a “las personas físicas que realicen de forma habitual, personal, directa, por cuenta propia y fuera del ámbito de dirección y organización de otra persona, una actividad económica o profesional a título lucrativo, den o no ocupación a trabajadores por cuenta ajena. Esta actividad autónoma o por cuenta propia podrá realizarse a tiempo completo o a tiempo parcial.” (Ley 20/2007, de 11 de julio, del Estatuto del trabajo autónomo). Por otra parte, el requisito que corresponde al volumen de negocio que genera el prestador del servicio debe proceder de la misma actividad para que sea considerado como profesional del servicio que se está evaluando. Es decir, si un conductor de Uber genera un gran volumen de negocio, pero procedente de diversas actividades, no tiene porqué implicar la condición de profesional del negocio principal que presta (European Commission, 2016; Gosálbez Pequeño, 2019).

Si bien podemos afirmar que los conductores de Uber tienen la consideración de profesionales por el cumplimiento de los criterios manifestados, la siguiente cuestión se basa en si son trabajadores por cuenta ajena, es decir, empleados de la empresa; o, por el contrario, son autónomos. Los conductores, los cuales son denominados como partners, son considerados como autónomos por la empresa basándose en la justificación de que son los titulares del vehículo, poseen una licencia VTC para realizar el servicio, asumen los diversos gastos que derivan de la actividad como, por ejemplo, mantenimiento del vehículo, gasolina, seguros, etc., y, además, no están sujetos a una jornada mínima ni horarios previamente concretados, sino que pueden decidir libremente cuánto y cuándo trabajar. De esta manera, Uber declara que solo lleva a cabo la función de empresa tecnológica que intermedia entre proveedor y usuario, facilitando los medios técnicos y organizativos para que esta relación se efectúe. Sin embargo, su intervención en la actividad subyacente mediante las decisiones económicas (fijación del precio), comerciales y estratégicas, además del control ejercido sobre los conductores para garantizar un nivel mínimo de calidad a los usuarios, provoca que también se considere una empresa de servicio de transporte. Esta intervención que

lleva a cabo ha provocado demandas por parte de los conductores hacia la empresa y posicionamientos judiciales que declaran que, efectivamente, existe relación laboral (Fabrellas & Duran, 2016).

En Francia, tuvo lugar la sentencia nº 374 de 4 de marzo de 2020 de la Corte de Casación, a raíz de la demanda por parte de un conductor al que Uber canceló la cuenta por solicitar la recalificación de su contrato como contrato de trabajo. La Corte de Casación ha constatado que se cumple la nota de subordinación del art. 1 del E.T, la cual se divide en tres elementos: el poder de dar instrucciones, el poder de controlar la prestación del servicio y el poder de sancionar en caso de que se incumplan las instrucciones manifestadas. Sin embargo, el trabajo por cuenta propia se distingue por la posibilidad de constituir clientela propia, fijar los precios de los servicios y las condiciones de la prestación. Así, en la sentencia se confirma que:

- Los conductores de Uber no pueden constituir clientela propia al desarrollar la actividad a través de la plataforma, la cual está creada y organizada por la empresa. Además, no pueden fijar los precios ni las condiciones de la prestación.
- Se les impone un itinerario sobre el cual no tienen elección, además de estar sometidos a consecuencias si no lo siguen, como la corrección de la tarifa.

El recorrido que es demandado por los usuarios no es conocido por los conductores de antemano, por lo que estos no pueden valorar la rentabilidad del viaje y, por lo tanto, tener la libertad de rechazarlo. Además, los conductores no pueden cancelar la carrera solicitada por el cliente sin un motivo justificado, ya que Uber cuenta con la potestad de desconectar temporalmente al trabajador de su aplicación.

A partir de estos elementos, la Corte de Casación concluye que se trata de un trabajo que se ejecuta bajo la dirección de un empresario que ejerce poder de dirección sobre los proveedores, además de controlar el servicio y poseer el poder de sancionar ante incumplimientos (Baylos, 2020).

Por otro lado, la plataforma Uber, en su propósito de eludir la relación de trabajo existente con sus trabajadores y las consecuencias que de ésta se deriva, ha llevado a cabo acciones como la cesión de trabajadores a terceras empresas. De esta forma, ha recibido por parte de la Federación Española del Taxi (Fedetaxi) una demanda ante de la Inspección de Trabajo y los juzgados de lo social, alegando la ilegalidad de la cesión de trabajadores entre la plataforma y las compañías de gestión de flotas de coches VTC, las cuales contratan y remuneran a los conductores a través de agencias de trabajo temporal. Fedetaxi argumenta y basa la demanda en el incumplimiento del art. 43 del E.T, el cual establece los requisitos que debe cumplir la cesión de trabajadores.

Uber, al construir una relación contractual con empresas VTC para que éstas sean las que asuman el coste de contratar a los proveedores de su servicio, consigue ventaja ante dos situaciones: la eliminación de su cuenta de resultados del coste laboral de los conductores, y el cumplimiento de la ley al no emplear a trabajadores con la condición de falsos autónomos. Sin embargo, ésta es una táctica que roza la ilegalidad, ya que podría considerarse que la cesión de trabajadores se está realizando de forma contraria a la ley al analizarse la dependencia y la ajenidad en los medios, en los frutos y en los riesgos de la actividad que realizan los conductores. En primer lugar, la empresa VTC es la que pone a disposición los vehículos con los que se realiza la actividad, sin embargo, sin la existencia de la plataforma, no habría tal servicio. En segundo lugar, Uber no contrata a un tercero para que efectúe una actividad secundaria del negocio, sino para su actividad central, la cual se basa en la prestación del servicio de transporte. Y, en tercer lugar, la empresa VTC asume los riesgos en caso de accidente, pero, sin embargo, es Uber la que recibe la valoración por parte del cliente en el caso de un mal servicio por parte del conductor. Por lo tanto, quien recibe la reclamación en primera instancia es Uber, ya que la compañía VTC no existe para el consumidor. Además, si

valoramos la nota de dependencia, Uber es quien asigna tanto los servicios como el precio de éstos, por lo que las condiciones laborales y de salario son fijadas por la plataforma y no por la empresa VTC (Méndez, 2019).

A partir del análisis de estos datos y de las demandas realizadas por parte del sector del taxi, podríamos concluir que, en efecto, la relación laboral entre la plataforma y los conductores es existente y debe estar regulada por el Derecho del Trabajo y Seguridad Social.

3.2.3 ¿Intermediación o empresa transportista?

Uno de los dilemas que rodea a estas plataformas online, y posiblemente el que más trascendencia tiene, es la normativa que se les debe de aplicar por la actividad que realizan, la cual difiere especialmente en el caso de Uber al no quedar claro cuál es el servicio que proporciona y de qué manera lo hace. La problemática nace a raíz de la calificación que debe tener esta empresa, ya que surge la interrogación sobre si es un intermediario y, por lo tanto, presta un servicio de la sociedad de la información (en adelante, "PSSI"), siendo independiente de la actividad que realizan los conductores; o por el contrario, debemos tener en cuenta el servicio que se presta a través de la plataforma ya que participa en la actividad subyacente de ésta y, por lo tanto, es de forma indudable una empresa transportista. (Gosálbez Pequeño, 2019; Ruano, 2017).

Según la Comisión Europea (2016), cuando las plataformas colaborativas ofrecen un *"servicio prestado a cambio de una remuneración, a distancia, por vía electrónica y a petición individual de un prestatario de servicios"* están suministrando un servicio de la sociedad de la información (en adelante, "SSI"). Por esta razón, no deben de estar condicionadas por autorizaciones previas ni requisitos de acceso al mercado para realizar este servicio y, jurídicamente, se sujetan a la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (en adelante, la "LSSI"), que traspone la Directiva 2000/31/CE.

La Directiva 2000/31/CE refuerza de este modo la consideración de Uber como PSSI, ya que en el art. 2.a) hace referencia a la definición de SSI que se recoge en la Directiva 98/34/CE, la cual establece en el art. 1.b) como "servicio" a *"todo servicio de la sociedad de la información, es decir, todo servicio prestado normalmente a cambio de una remuneración, a distancia, por vía electrónica y a petición individual de un destinatario de servicios."* De acuerdo con lo anterior, se sostiene que el servicio que presta la plataforma colaborativa de movilidad debe ser considerado SSI. Además, la LSSI hace referencia a los SSI en su Anexo como *"todo servicio prestado normalmente a título oneroso, a distancia, por vía electrónica y a petición individual del destinatario."*, coincidiendo con lo dispuesto en la Directiva 2000/31/CE (Gosálbez Pequeño, 2019).

Por otro lado, y como ya hemos manifestado, al considerarse como SSI, Uber no estaría sujeta a autorizaciones previas o requisitos equivalentes, ya que la LSSI sostiene en el art. 6 y art. 7 que *"la prestación de servicios de la sociedad de la información no estará sujeta a autorización previa"* y que *"la prestación de servicios de la sociedad de la información que procedan de un prestador establecido en algún Estado miembro de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo se realizará en régimen de libre prestación de servicios, sin que pueda establecerse ningún tipo de restricciones a los mismos"*. Sin embargo, también se expone tanto en la Directiva como en la LSSI que la exención de responsabilidad está limitada por la actividad de intermediación que realiza, ya que, en primer lugar, la plataforma no será responsable si no dispone de conocimiento respecto a la ilicitud de la actividad o información que se lleva a cabo a través de ella y, en segundo lugar, si aun teniendo constancia de la ilicitud, actúan con la rapidez exigida suprimiendo el contenido o limitando el acceso al mismo.

Respecto a esta cuestión, surge el interrogante sobre qué se debe de considerar por conocimiento de la ilicitud de los contenidos acerca de la actividad desarrollada en la plataforma. Uber conoce y participa en la actividad subyacente que se realiza a través de la plataforma, ofreciendo así un servicio de transporte además de un servicio de la información. Con relación a la actividad de transporte, en la modalidad “UberPop” que analizaremos más adelante, la empresa tiene conocimiento efectivo de la ilicitud que se desarrolla, ya que el transporte de viajeros se realiza sin autorización previa y, por lo tanto, no es posible que se le aplique la exoneración de responsabilidad que recoge en el art. 16 de la LSSI. De esta forma, la Audiencia Provincial de Madrid, en el Auto núm. 15/2017, de 23 de enero de 2017, señala que *“no rechazamos que la exención de responsabilidad que establece la LSSI para determinados prestadores de servicio pudiera aplicarse a Uber. Lo que rechazamos es que se cumplan los requisitos de tal exención [...], dado que los servicios de transporte discrecional de viajeros que se prestan carecen de las correspondientes autorizaciones administrativas.”* (Gosálbez Pequeño, 2019).

Por lo tanto, y centrándonos en la base de esta problemática, la empresa participa en la actividad subyacente a través de diversas acciones, como son: la fijación del precio final que será abonado por el usuario, la implantación de los términos y condiciones del contrato que se efectúa entre el prestador del servicio y quien lo demanda y, además, ejerce control sobre los trabajadores y la actividad que realizan. En consecuencia, Uber debe de tener la consideración de una empresa transportista y, por lo tanto, estar regulada como tal. El sector del transporte se ha visto transformado, además de por las nuevas tecnologías, por las modificaciones de su normativa al tener que adaptarse a las circunstancias que ha sufrido y, actualmente, sigue sufriendo. Este sector atiende al régimen normativo contenido en la Ley 16/1987, de 30 de julio, de Ordenación de los Transportes Terrestres (en adelante, “LOTT”) y en el Real Decreto 1211/1990, de 28 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres (en adelante, “ROTT”).

En primer lugar, la LOTT diferencia entre transporte público y privado, estableciendo en el art. 62.2 que se trata de carácter público *“aquellos que se llevan a cabo por cuenta ajena mediante retribución económica”*, mientras que, por el contrario, se trata de transporte privado *“aquellos que se llevan a cabo por cuenta propia, bien sea para satisfacer necesidades particulares, bien como complemento de otras actividades principales realizadas por empresas o establecimientos del mismo sujeto, y directamente vinculador al adecuado desarrollo de dichas actividades”*, según el art. 62.3. De acuerdo con estas definiciones, el servicio realizado por Uber no correspondería al de transporte privado y, aunque la empresa establezca que los conductores se ajustan a la consideración de autónomos, hemos analizado en el punto 3.2.2 que existe una relación laboral entre éstos y la plataforma, por lo que efectúan la actividad por cuenta ajena, ajustándose de esta forma el servicio que prestan a la definición de transporte público. Así pues, tanto la prestación que ofrecen los taxis como las plataformas de arrendamiento de vehículos con conductor, son servicios de transporte público, que se ejecutan por cuenta ajena, a cambio de una remuneración y de forma discrecional. De esta forma, la LOTT establece en el art. 42.1 que *“la realización de transporte público de viajeros y mercancías estará supeditada a la posesión de una autorización que habilite para ello, expedida por el órgano competente de la Administración General del Estado o, en su caso, por el de aquella Comunidad Autónoma en que se domicilie dicha autorización, cuando esta facultad le haya sido delegada por el Estado”*. Sin embargo, existe una diferencia abismal entre los requisitos que deben de cumplir los taxis y los que deben de obedecer las empresas que actúan con licencias VTC, lo que ha dado lugar a diversas demandas por parte de asociaciones de taxistas alegando la práctica de competencia desleal. A día de hoy, la lucha por parte de los taxistas sigue vigente, por lo que se va a analizar en el siguiente punto las

diversas demandas y sentencias que se han efectuado y la trascendencia que éstas han tenido (Boboc, 2017; Gosálbez Pequeño, 2019; Ruano, 2017).

4. COMPETENCIA DESLEAL Y CONFLICTO UBER-TAXI

4.1 RAZONES DEL CONFLICTO

En abril de 2014 tuvo lugar el lanzamiento de Uber en España, el cual vino acompañado de numerosas reclamaciones judiciales por parte de colectivos profesionales tradicionales del sector del transporte, lo que dio lugar a pronunciamientos tanto a nivel nacional como europeo con el intento de armonizar la situación en nuestro país. La plataforma, que inicialmente prestaba el servicio en Barcelona, Madrid y Valencia, actuaba bajo el modelo de negocio de ridepooling denominado “UberPop”, mediante el cual se facilitaba el contacto entre conductores no profesionales que ofrecían transporte en su vehículo propio a cualquier usuario que lo demandase. Según la plataforma, ésta solo actuaba como intermediaria entre ambos usuarios y, por lo tanto, tenía la consideración de PSSI y se regulaba como tal, estando así exenta de cualquier autorización administrativa o requisitos previos. Sin embargo, esta actividad recibió múltiples críticas por parte del sector del taxi, alegando que el servicio que realmente estaba prestando la plataforma era de transporte, ya que participaba en la actividad subyacente que a través de ella se ofertaba, estableciendo ciertos criterios como, por ejemplo, los precios que debían de pagar los usuarios por el servicio, las condiciones y términos de la relación contractual entre conductores y demandantes, así como instrucciones obligatorias sobre cómo debían de comportarse los conductores a la hora de realizar el transporte y, además, obligación de prestar dicho servicio. Así pues, la Asociación Madrileña de Taxistas interpuso una demanda manifestando la falta de regulación específica a la que estaba sometida la plataforma, la práctica de comportamientos desleales y la desigualdad de condiciones que se les exigían a los taxistas respecto a Uber, ya que la plataforma, aun siendo una empresa que se podría considerar transportista, no estaba regulada por la LOTT y, por lo tanto, estaba exenta de autorizaciones administrativas y requisitos legales necesarios para desempeñar la actividad de transporte.

Dicha demanda que la Asociación Madrileña de Taxistas presentó contra Uber, dio lugar a la pronunciación del Auto del Juzgado de lo Mercantil núm. 2 de Madrid, de 9 de diciembre de 2014, el cual interpuso una sanción a la plataforma de 10.000 euros y obligó al cese y prohibición en España de la actividad bajo la denominación de “UberPop”, así como de cualquier servicio que se prestara bajo las mismas condiciones. En la sentencia se expuso que, *“para la prestación del servicio con vehículo propio hay que ajustarse a la Ley estatal 16/87, de 30 de julio, de Ordenación de los Transportes, en cuyo artículo 42 se exige la necesidad de una autorización habilitante, bien por el Estado o por la Comunidad Autónoma.”*, por lo que se calificaría la naturaleza mercantil de Uber como empresa que ofrece un servicio de transporte y, por lo cual, debe de estar regulada por la LOTT y cumplir con los requisitos que ésta expone. Algunas de las razones que expuso el juez en la sentencia para adoptar las medidas que solicitó la Asociación Madrileña del Taxi fueron las siguientes: la existencia de indicios que apuntaran a conductas ilícitas que afectaban directamente al servicio de transporte público de taxi; la dificultad para obtener documentación relativa a la actividad de Uber por ser una compañía extranjera; y, además de esto, el hecho de que la plataforma tenga su domicilio fiscal en un paraíso fiscal estadounidense, lo que supone la facilidad para mantenerse al margen de las leyes españolas (Boboc, 2017).

Como hemos dicho, la irrupción de Uber al mercado a través del modelo de negocio “UberPop” provocó, además de a nivel nacional, pronunciamientos judiciales a nivel europeo. De esta forma, los criterios que determinan el control que ejerce la plataforma sobre la actividad subyacente que en ella se desarrolla, fueron considerados por el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) para calificar la naturaleza del servicio ofrecido por “UberPop”, manifestando que: *“el servicio de intermediación de Uber se*

basa en la selección de conductores no profesionales que utilizan su propio vehículo, a los que esta sociedad proporciona una aplicación sin la cual, por un lado, estos conductores no estarían en condiciones de prestar servicios de transporte y, por otro, las personas que desean realizar un desplazamiento urbano no podrían recurrir a los servicios de los mencionados conductores. A mayor abundamiento, Uber ejerce una influencia decisiva sobre las condiciones de las prestaciones efectuadas por estos conductores. Sobre este último punto, consta en particular que Uber, mediante la aplicación epónima, establece al menos el precio máximo de la carrera, que recibe este precio del cliente para después abonar una parte al conductor no profesional del vehículo y que ejerce cierto control sobre la calidad de los vehículos, así como sobre la idoneidad y el comportamiento de los conductores, lo que en su caso puede entrañar la exclusión de éstos.”, por lo que concluye que “este servicio de intermediación forma parte integrante de un servicio global cuyo elemento principal es un servicio de transporte y, por lo tanto, que no responde a la calificación de «servicio de la sociedad de la información”.

Sin embargo, el auto que determinó el cese de la actividad fue recurrido en apelación por Uber y se adoptó una extensión de la medida cautelar en el Auto de 22 de mayo de 2015 del Juzgado de lo Mercantil núm. 2 de Madrid, en el que se limitaba tan solo a la actividad desarrollada por “UberPop”, permitiendo así que en 2016 la plataforma lanzara un nuevo modelo de negocio denominado “UberX”, en el que el servicio de transporte es realizado por conductores que actúan bajo una licencia VTC otorgada por la Administración, modalidad que viene recogida en la LOTT y que, por lo tanto, sí necesita de autorización previa para realizarse. Sin embargo, los taxis siguen en pie de guerra alegando la desigualdad en cuanto a los requisitos necesarios para ofrecer el servicio de transporte se refiere, ya que este sector se encuentra sujeto a estrictas reglas jurídicas que limitan significativamente la libertad para desarrollar dicha actividad (Boboc, 2017; Doménech Pascual, 2015).

4.1.1 Restricciones del sector del taxi

Las limitaciones a las que está sometido el sector del taxi se establecen en las normativas municipales y autonómicas, ya que son las responsables de otorgar y, en caso de que fuera necesario, también retirar, las licencias de transporte a aquellos que desean prestar el servicio de transporte urbano e interurbano de pasajeros. En este punto vamos a tratar los requisitos que se les exige para así poder, posteriormente, compararlos con los que deben de cumplir los vehículos con licencias VTC y justificar así las alegaciones de los taxistas sobre desigualdad en el mercado y competencia desleal.

Centrándonos en la comunidad autónoma andaluza, dichos requisitos, junto con muchos otros, vienen recogidos en el Decreto 35/2012, de 21 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Transporte Público de Viajeros y Viajeras en Automóviles de Turismo, en desarrollo de la Ley 2/2003, de 12 de mayo, de Ordenación de los Transportes Urbanos y Metropolitanos de Viajeros en Andalucía, por la necesidad de una actualización normativa de la reglamentación vigente hasta el momento.

- En primer lugar, para la prestación del servicio de transporte urbano e interurbano se necesita la obtención de una licencia municipal, la cual será otorgada por el Ayuntamiento; y una autorización administrativa, concedida por la Consejería competente en materia. Dichas autorizaciones solo podrán ser proporcionadas si tanto el demandante como su vehículo cumplen una serie de requisitos que garanticen la seguridad y calidad del servicio que van a ofrecer.
- Los requisitos que deben de cumplir los solicitantes para recibir la autorización administrativa son los siguientes:

- Ser persona física.
 - No ser titular de otras licencias de autotaxi o autorizaciones de transporte interurbano en vehículos de turismo.
 - Estar en posesión del permiso de conducir y la documentación que acredite la aptitud para realizar la actividad de transporte. Dicho certificado de aptitud será expedido si se justifica que el conductor o conductora, entre otros: conoce suficientemente el municipio, así como sus alrededores, paseos, hospitales, centros oficiales, hoteles principales, etc. y los itinerarios más directos para llegar a los puntos de destino; y conoce el contenido de los documentos que regulan la actividad del taxi y las tarifas vigentes aplicables a dicho servicio.
 - Estar inscrito en el Registro de la Seguridad Social correspondiente.
 - Hallarse al corriente de sus diversas obligaciones fiscales.
 - Disponer de un vehículo el cual tiene que constatar en la licencia, y que cumpla con los requisitos establecidos en el Reglamento.
 - Tener cobertura en los diversos seguros que son exigibles.
 - Declarar expresamente el sometimiento a los distintos procedimientos arbitrables de las Juntas Arbitrales de Transporte.
 - Y, por último, tener la nacionalidad española o de un Estado miembro de la Unión Europea o de otro Estado con el que, por Acuerdos, Tratados o Convenios, no sea exigible el requisito de nacionalidad.
- En segundo lugar, el número de licencias que pueden ser otorgadas están limitadas, lo que significa que las personas que pueden desarrollar esta actividad también lo están, exponiendo así en el art. 12.1 que “los Ayuntamientos y Entidades competentes en las Áreas Territoriales de Prestación Conjunta, otorgarán las licencias de auto taxi atendiendo siempre a la necesidad y conveniencia del servicio al público y a la caracterización de la oferta y demanda en su ámbito territorial, garantizando la suficiente rentabilidad de la explotación del servicio.”.
 - En tercer lugar, los conductores tienen que respetar una serie de normas relativas a las paradas, los horarios y descansos, así como la obligación de prestar determinados servicios teniendo en cuenta áreas, paradas y horas del día o de la noche. Estas condiciones tienen que estar coordinadas entre los distintos titulares de licencias para así garantizar la efectividad del transporte, teniendo en cuenta criterios de equidad, seguridad y demanda.
 - Por último, las condiciones en las que los conductores están obligados a prestar el servicio también están delimitadas por la autoridad administrativa competente, así como la libertad para fijar el precio, ya que deben de respetar las tarifas previamente establecidas por Ayuntamientos y Consejerías. Sin embargo, estos aspectos están regulados para garantizar la calidad del oficio y que, de esta manera, los usuarios no estén sometidos a engaños por parte de quien lo preste.

4.1.2 Diferencias entre taxi y vehículo con licencia VTC

Para establecer las desigualdades entre el sector del taxi y las plataformas de arrendamiento de vehículos con conductor (en nuestro caso, Uber), debemos tener en cuenta el contenido de la LOTT y el ROTT y, además, las posteriores modificaciones que se han realizado en dichos marcos jurídicos con la intención de compatibilizar

ambas actividades. De esta manera, podemos sustentar que las diferencias entre ambos ámbitos son, fundamentalmente, las siguientes:

- Las autorizaciones que necesitan para desempeñar la actividad de transporte son distintas, ya que para obtener la licencia VTC tan solo se precisa de una autorización otorgada por parte de la Administración.
- Para obtener dicho permiso, deberán cumplir con lo dispuesto en el art. 43 de la LOTT, lo cual fue modificado por la Ley 9/2013, de 4 de julio, donde se establece que el otorgamiento de la autorización se dará si la empresa solicitante cumple con lo siguiente:
 - Nacionalidad española o de algún Estado de la Unión Europea.
 - Si no es persona física, tener personalidad jurídica propia e independiente de las personas que la integren y, además, el transporte debe formar parte de su objeto social de forma expresa. En el caso de Uber esto no se cumple ya que su actividad principal, según la entidad, es la de intermediación.
 - Contar con un domicilio situado en España con los documentos relativos a su gestión para los Servicios de Inspección del Transporte Terrestre.
 - Disponer de uno o más vehículos matriculados en España.
 - Disponer de dirección y firma electrónica, así como de cualquier medio tecnológico necesario para las formalidades mercantiles con los clientes.
 - Cumplir con las obligaciones de carácter laboral, fiscal y social, lo cual tampoco se cumple por parte de Uber, como hemos visto en puntos anteriores del presente trabajo.

Estas condiciones son enunciadas por la LOTT de forma general para cualquier ejercicio de transporte por carretera que se realice de forma profesional, por lo que constata que los vehículos que actúan con licencia VTC no cuentan con una regulación específica tal y como manifiesta el sector del taxi, además de tratarse de requisitos de menor índole, lo que supone una gran desigualdad entre ambos.

- Las empresas dedicadas al arrendamiento de vehículos con conductor, según el art. 181.2 del ROTT, deberán de contar con un mínimo de 7 vehículos destinados a dicha actividad. Además, éstos deberán de cumplir con ciertos requisitos que vienen recogidos en el Real Decreto 1057/2015, de 20 de noviembre, el cual fue impugnado y anulado por la sentencia de 4 de junio de 2018, a través del recurso contencioso-administrativo número 1/438/2017, interpuesto por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) y Uber BV, entre otros.
- A diferencia de los taxis, los cuales pueden circular por la vía pública y recoger pasajeros hasta donde habilite su autorización, los vehículos VTC tan solo pueden ser demandados a través de una aplicación, por la que previamente se realiza el contrato de arrendamiento. Además, los taxistas cuentan con paradas habilitadas para el reclutamiento de clientes.
- Según los art. 17.1 y 18 de la LOTT, los precios de los VTC no están sujetos a tarifas establecidas por parte de la Administración competente, éstos son establecidos libremente por la empresa. Además, los taxistas también cuentan con limitaciones relativas a horarios y descansos.
- Las licencias de taxi han estado tradicionalmente limitadas, mientras que las VTC están comenzando a restringirse en cada comunidad autónoma, a partir del Real Decreto-Ley 3/2018, de 20 de abril, que modifica la LOTT en materia de arrendamiento de VTC. A través de dicha modificación, se incorporan

condiciones relacionadas con el ejercicio de la actividad y el otorgamiento de autorizaciones, pretendiendo que ambas modalidades sean compatibles y se adecue el equilibrio, por lo que se establece la acotación de: una licencia VTC por cada 30 licencias de taxis.

- Por último, y atendiendo a los requisitos recogidos en el art. 182.4 del ROTT en materia de arrendamiento de vehículo con conductor, las CC.AA. que tengan competencia en esta materia por alegación del Estado podrán exigir que lleven un distintivo, lo cual en Andalucía se establece en la Orden de 31 de marzo de 2017. Además, según el art. 182.6 de la LOTT, la empresa deberá de tener cubierta su responsabilidad civil mediante seguros para proteger a los viajeros que demanden el servicio (Gosálbez Pequeño, 2019; Ruano, 2017).

4.2 LEY DE COMPETENCIA DESLEAL

Además de la falta de regulación específica para los servicios que presta Uber, con el lanzamiento de “UberPop” los taxistas alegaban la práctica de competencia desleal, ya que la actividad no estaba regulada por la LOTT por no considerarse una empresa de transporte, aun siendo este su ejercicio principal. Como hemos expuesto en puntos anteriores, la labor que desarrollaba tanto a través de “UberPop” como, hoy en día, a través de “UberX”, debe de adoptar la consideración de transporte ya que la plataforma participa en la actividad subyacente que a través de ella se oferta y, por lo tanto, debe disponer de una autorización administrativa previa. Las demandas por competencia desleal lanzadas por el sector del taxi también tienen su origen en aspectos relativos a la elusión del pago de tributos y de contribución a la Seguridad Social, lo que supone competencia desleal para las empresas tradicionales que sí hacen frente a dichas retribuciones. La deslealtad, por lo tanto, habrá de ser valorada respecto a la obtención de una ventaja competitiva en el mercado, consecuencia del incumplimiento de ciertas normas, el cual afecta al resto de integrantes por la desigualdad al prestar el servicio (Boboc, 2017; Doménech Pascual, 2015; Ruano, 2017).

Este tema tuvo especial trascendencia en la ciudad de Barcelona, donde la Asociación Profesional Élite Taxi (Élite Taxi) inició un procedimiento por competencia desleal contra Uber Systems Spain S.L (Uber SS), al amparo del art. 32.1.1º y 2º de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, 1991 (en adelante, “LCD”). En el contenido de la demanda se le atribuye a Uber SS actos de competencia desleal con relación a: infracción de normas (art. 15 de la LCD), actos de engaño (art. 5 de la LCD) e infracción de la buena fe (art. 4 de la LCD). De esta forma, Élite Taxi advierte que la actividad de Uber SS debe considerarse como desleal porque vulnera las normas sobre protección de la competencia, cooperando necesariamente para que terceros infrinjan las normas reguladoras del servicio del taxi, alegando que es éste el ámbito en el que se desarrolla la actividad que presta la plataforma. Además, se solicita la prohibición de la acción de cesación, la cual consiste en dar apoyo a diferentes sociedades del grupo Uber a través de la aplicación en España, ya que lo consideran también como conducta desleal.

En primer lugar, respecto a la clasificación de los servicios, se planteó la cuestión al TJUE, el cual afirmó en la Sentencia de 20 de diciembre de 2017 (ECLI:EU:C:2017:981) que los servicios prestados por Uber SS y, en general, por Uber, son de transporte y que, por tanto, quedan excluidos del ámbito de liberalización que establecen las Directivas de la UE relativas a los SSI. Además, también constata que el servicio de intermediación que realiza con la selección de conductores y la puesta a disposición de la aplicación forma parte de un servicio global, donde el elemento principal es la actividad de transporte.

En segundo lugar, la violación de normas como acto de competencia desleal que alega Élite Taxi debe de analizarse desde la perspectiva del art. 15.2 de la LCD, donde se

establece que *“tendrán también la consideración de desleal la simple infracción de normas jurídicas que tengan por objeto la regulación de la actividad concurrencial.”*. Por un lado, debemos tener en cuenta que la deslealtad se valorará si ésta supone la obtención de una ventaja competitiva en el mercado y, por lo tanto, se vean afectados el resto de los integrantes. Por ello, hay que valorar si la infracción de las normas de la actividad concurrencial supone una ventaja competitiva para Uber y, también, si las normas que se infringen del Reglamento que deben cumplir los taxis son reguladoras de la competencia, ya que no todas las infracciones suponen competencia desleal. Por otro lado, si lo que se cuestiona es el uso de la aplicación, la empresa encargada de gestionarla y explotarla es la matriz del grupo Uber, la cual se encuentra en Holanda y es distinta de la demandada, por lo que la ventaja competitiva quizás no recaerá sobre Uber SS, siendo su objetivo el acto de cooperación y soporte a la matriz holandesa.

En tercer lugar, sobre los actos de engaño a los que hace referencia Élite Taxi manifestando el art. 5 de la LCD, en el que se expone que *“se considera desleal por engañosa cualquier conducta que contenga información falsa o información que, aun siendo veraz, por su contenido o presentación induzca o pueda inducir a error a los destinatarios, siendo susceptible de alterar su comportamiento económico”*, se da la misma situación de imputabilidad que con la supuesta infracción de normas anterior, ya que los actos de engaño descritos por la parte demandante hacen referencia al contenido de la página web *www.uber.com*, la cual no es creada ni explotada por Uber SS, además de no contener ninguna mención a la empresa española.

En cuarto y último lugar, en la demanda también se menciona la infracción del art. 4 de la LCD, el cual establece que *“se reputa desleal todo comportamiento que resulte objetivamente contrario a las exigencias de la buena fe.”*. Según Élite Taxi, *“resulta evidente que, si el consumidor o usuario tuviera conocimiento y plena consciencia de que está contratando un servicio ilegal y que no cumple con ninguna de las exigencias legales establecidas en nuestra legislación española, provocaría una alteración en el comportamiento del consumidor.”*, pero, sin embargo, en la sentencia se manifiesta que la demanda debe ser desestimada en este punto al igual que en los amparados por el art. 15 y art. 5, ya que no se pueden concretar los elementos que pueden considerarse desleales de forma autónoma, es decir, desvinculado de los anteriores.

En la sentencia se estableció que, para comprobar si las prácticas que lleva a cabo Uber SS pueden ser calificadas de desleales e infringir así la normativa española relativa a la materia, el Juzgado de lo Mercantil núm. 3 de Barcelona consideraba necesario deducir si el servicio que presta Uber es de transporte y, por lo tanto, debe disponer de una autorización administrativa. Así pues, el Juzgado decidió someter esta cuestión ante el TJUE, el cual remitió, en la Sentencia de 20 de diciembre de 2017, que la verdadera naturaleza jurídica de Uber SS es la de un servicio en el ámbito de transporte. En consecuencia, la empresa deberá contar con el otorgamiento de autorizaciones administrativas previas para así no incurrir en competencia desleal (Gosálbez Pequeño, 2019).

4.3 CONSECUENCIAS DEL CONFLICTO

Con la llegada de “UberX” tras la cesación del servicio “UberPop”, los vehículos con los que la plataforma ofrece el servicio de transporte sí se encuentran sometidos a una licencia VTC para desempeñar la actividad. Sin embargo, los vehículos con arrendamiento de conductor no se encuentran regulados de forma específica como el sector del taxi, por lo que la oferta no se encuentra limitada y, por lo tanto, se sigue dando la condición de desigualdad entre ambos ámbitos. Por esta razón, el Estado publicó el Real Decreto-Ley 13/2018, de 28 de septiembre, por el que se modifica la LOTT en materia de arrendamiento de vehículos con conductor. Esta reforma tiene por objeto atender los problemas de modalidad, congestión de tráfico y medioambientales

que han surgido por el elevado incremento de la oferta de transporte en los principales núcleos del país. El rápido crecimiento sin límites de los VTC puede provocar un desequilibrio entre oferta y demanda que dé lugar a un deterioro del servicio, perjudicando sobre todo a los viajeros. Por esta razón, se necesita que, de forma progresiva, las regulaciones aplicables al taxi y el arrendamiento con conductor vayan aproximándose, de forma que se vaya alcanzando una armonización de ambas modalidades.

La problemática se encuentra especialmente en núcleos urbanos y no excede de las CC.AA., por lo que el Estado delega a las Administraciones correspondientes la potestad para abordar las condiciones de este tipo de servicios en el ámbito estrictamente autonómico. De esta forma, establecerán las condiciones relativas para obtener la autorización y cómo los servicios deben de ser prestados, en materia de: condiciones de precontratación, solicitud de servicios, captación de clientes, recorridos mínimos y máximos, servicios u horarios obligatorios y especificaciones técnicas del vehículo.

Esta delegación de competencias ha dado lugar a que en Barcelona se apruebe el Decreto Ley 4/2019, de 29 de enero, y en Valencia el Decreto Ley 4/2019, de 29 de marzo, 2019, los cuales restringen la actividad de los VTC con medidas como, por ejemplo, el deber de contratar el servicio con una antelación de quince minutos previos a su prestación, teniendo que quedar constancia de los mismos. Esto ha provocado el cese de la actividad de "UberX" en ambas ciudades, ya que la empresa expone en su web la incompatibilidad de esta medida con la inmediatez que garantizan los servicios bajo demanda, como es el caso de la plataforma (Rus, 2019).

Sin embargo, en otras comunidades optan por la desregularización del taxi en vez de la extrema limitación a los VTC. En Andalucía, la Junta ha publicado el BOJA en el que se informa sobre el proyecto de decreto por el que se modifica el Reglamento de los Servicios de Transporte Público de Viajeros y Viajeras en Automóviles de Turismo, en el que se incorporan medidas acordadas con el sector del taxi con el objetivo de hacerlo más competitivo e incrementar la calidad del servicio que prestan. Algunas de las modificaciones que se van a llevar a cabo son: la precontratación a precio cerrado a través de una aplicación y tarjeta bancaria, por lo que será obligatorio la provisión de aparatos tecnológicos para ello; la contratación del servicio por plaza, pudiendo compartir taxi y así abaratar el coste en momentos de gran demanda, además de reducir el volumen del tráfico; la eliminación de la exigencia de que el vehículo solo pueda ser conducido por el titular de la licencia; etc. De esta manera, se persigue la modernización del servicio del taxi y la coexistencia pacífica entre este ámbito y los VTC (Consejería de Fomento, 2020).

5. CONCLUSIÓN

En primer lugar, debemos reconocer que los nuevos modelos de negocio que surgen a raíz de la economía colaborativa, aunque queden lejos de ella, suponen una innovación en la industria gracias al desarrollo tecnológico, lo cual favorece la competencia y el empleo en los sectores en los que se despliega, aportando ventajas para los consumidores mediante nuevos servicios, oferta más amplia y precios más bajos (European Commission, 2016). De esta manera, los usuarios de estos nuevos modelos de servicios que, normalmente se prestan a través de una plataforma, disponen de más información sobre el bien que van a consumir, lo que les permite comparar entre toda la oferta para decidir cuál se ajusta mejor a sus necesidades o les va a resultar más beneficioso. Además, la eliminación de intermediarios en la relación de oferente y demandante supone una reducción de los costes de transacción y, de esta forma, el servicio es más competitivo. Queda claro que las TICs han provocado la renovación necesaria de los proveedores tradicionales para poder diferenciarse y así ofrecer servicios más especializados (CNMC, 2014).

Sin embargo, la competencia que surge a partir de estos modelos solo será beneficiosa cuando su regulación se ajuste a la de los agentes tradicionales. Es indudable el impacto que ha supuesto la llegada de Uber a la sociedad, sobre todo para el sector del taxi, el cual lleva desde la irrupción de la plataforma en pie de guerra luchando por una igualdad en las condiciones y requisitos de prestación del servicio. Después de haber analizado las normativas en las que se desarrolla cada ámbito, también resulta indudable que las empresas que actúan mediante arrendamiento de vehículos con conductor se encuentran en ventaja respecto a los prestadores tradicionales del sector del transporte, lo que justifica los conflictos que se vienen dando a lo largo de estos años a través de diversas demandas, sentencias, y pronunciamientos jurídicos tanto nacionales como por parte de la Unión Europea. Es normal que los hechos innovadores vayan un paso por delante de la legislación, pero es necesario que los marcos jurídicos se modifiquen para adaptarse al progreso y evolución que provoca en los mercados el fenómeno de las tecnologías.

Finalmente, y de acuerdo con lo desarrollado a lo largo del presente trabajo, parece necesaria la adaptación de las leyes ante los nuevos escenarios que se presentan en la prestación del servicio de transporte, para así evitar los comportamientos desleales que, a veces, pueden darse precisamente por la falta de regulación específica a la que se someten empresas como, en nuestro caso, Uber. Por otro lado, también es necesario que el ámbito tradicional de la actividad acepte los cambios que, inevitablemente, se han realizado respecto a la actividad, adaptándose a ellos y modernizando así el servicio prestado, para beneficio tanto de los taxistas como de los usuarios que lo consumen. También debemos tener en cuenta la dificultad para regular los nuevos modelos de negocio, ya que intervienen tanto órganos nacionales y autonómicos, como europeos. Por lo tanto, será un camino largo y con obstáculos hasta llegar a la armonización y la plena igualdad de condiciones entre los transportistas tradicionales y las nuevas plataformas, pero los cambios legislativos que progresivamente se están llevando a cabo apuntan a que una situación beneficiosa para ambos será posible.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

- Alonso Almeida, M., Flecha Barrio, M. D., Rodríguez Antón, J. M., Cádiz Gómez, M., González Serrano, L., y Talón Ballesteros, P. (2017). *Turismo colaborativo*. AECA, Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas.
- Gosálbez Pequeño, H. (2019). *El régimen jurídico del turismo colaborativo* (H. Gosálbez Pequeño & I. González Cabrera (eds.)). Wolters Kluwer.

Artículos de revista electrónicas

- Boboc, S. (2017). Uber: ¿Transportista o intermediaria en el transporte? *Revista de Estudios Europeos*, 70, 7-26. <http://www.ree-uva.es/>
- Cohen, B., & Kietzmann, J. (2014). Ride On! Mobility Business Models for the Sharing Economy. *Organization and Environment*, 27(3), 279-296. <https://doi.org/10.1177/1086026614546199>
- Doménech Pascual, G. (2015). La Regulación de la Economía Colaborativa: el caso "Uber contra el taxi". *Revista Ceflegal*, 175-176, 61-104. <http://www.celegal.com>
- Fabrellas, A. G. i, y Duran, S. G. (2016). Sharing economy vs. uber economy y las fronteras del Derecho del Trabajo: la (des)protección de los trabajadores en el nuevo entorno digital. *Indret. Revista para el análisis del derecho*, 2, 1-44. <http://www.indret.com>
- Fernández, N. (2016). Turismo P2P o colaborativo: un reto para el ordenamiento jurídico. *International journal of scientific management and tourism*, 2(2), 111-127. http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/63022/1/2016_Nuria-Fernandez_IJSMT.pdf
- Rodríguez Antón, J. M., Alonso-Almeida, M. del M., Rubio-Andrada, L., y Celemín-Pedroche, M. S. (2017). La economía colaborativa. Una aproximación al turismo colaborativo en España. *CIRIEC-España. Revista de economía pública, social y cooperativa*, 88, 259-283. <https://doi.org/10.7203/ciriec-e.88.9107>
- Ruano, T. V. (2017). 'Economía colaborativa' y el transporte de personas. *CIRIEC-España. Revista Jurídica*, 31, 325-355. www.ciriec-revistajuridica.es
- Tussyadiah, I. P., & Pesonen, J. (2016). Impacts of Peer-to-Peer Accommodation Use on Travel Patterns. *Journal of Travel Research*, 55(8), 1022-1040. <https://doi.org/10.1177/0047287515608505>

Artículos de periódicos digitales

- Baylos, A. (2020). Los conductores de Uber son trabajadores: una sentencia histórica de la corte de casación francesa. *CuartoPoder*. <https://www.cuartopoder.es/ideas/2020/03/09/los-conductores-de-uber-son-trabajadores-una-sentencia-historica-de-la-corte-de-casacion-francesa/>
- Méndez, M. Á. (2019). Uber: El taxi ultima una demanda contra Uber y Cabify por cesión ilegal de conductores. *El Confidencial*. https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2019-09-16/uber-cabify-taxi-demanda-inspeccion-trabajo-precariedad_2227243/
- Page, D. (2019). Uber declara que gana sólo 980.000 euros en España mientras traspasa a Holanda todos los ingresos de su app. *El Independiente*. <https://www.elindependiente.com/economia/2019/08/22/uber-declara-gana-980-000-euros-espana-traspasa-holanda-los-ingresos-app/>
- Paniagua, E. (2017). La economía colaborativa representa ya un 1,4% del PIB español.

El *Mundo.*
<https://www.elmundo.es/economia/2017/06/23/594c1071268e3e472e8b45ef.html>

Rus, C. (2019). Uber deja de operar en Valencia ante las nuevas restricciones para contratar una VTC en la ciudad. *Xataka*. <https://www.xataka.com/automovil/uber-deja-operar-valencia-nuevas-restricciones-para-contratar-vtc-ciudad>

Sánchez, S. (2019). Cuánto gana Uber en España: la empresa declara 980.000 euros | Business Insider España. *Business Insider*. <https://www.businessinsider.es/cuanto-gana-uber-espana-empresa-declara-980000-euros-479295>

Informes

CNMC. (2014). *Efectos de los nuevos modelos económicos sobre el mercado y la regulación*. Departamento de Promoción de la Competencia, Subdirección de Estudios e Informes.

Derojeda, K., Verzijl, D., Nagtegaal, F., Lengton, M. & Rouwmaat, E., P. N., & Monfardini, E. & Frideres, L., P. L. (2014). *The Sharing Economy Accessibility Based Business Models for Peer-to-Peer Markets Case study 12 Enterprise and Industry*. Business Innovation Observatory.

European Commission. (2016). *Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Una Agenda Europea para la Economía Colaborativa*. Bruselas.

Laetitia, R. (2020). *OECD Tourism Trends and Políticas 2020*. OECD.

Lyons, D. K., & Wearing, S. (2015). *The Sharing Economy: Issues, Impacts, and Regulatory Responses in the context of the NSW Visitor Economy*. NSW Business Chamber.

Rodríguez Marín, S. (s. f.). *Los modelos colaborativos y bajo demanda en plataformas digitales*. Sharing España.

Telles, R. (2016). *Digital Matching Firms: A New Definition in the «Sharing Economy» Space*. U.S. Department of Commerce Economics and Statistics Administration. Office of the Chief Economist.

With, J. O., Tran, C., & Silva, C. (2013). *The Collaborative Economy: Products, services, and market relationships have changed as sharing startups impact business models. To avoid disruption, companies must adopt the Collaborative Economy Value Chain*. Altimeter Research Theme: Digital Economies.

Camera dei Deputati. (2016). *Proposta di legge - Disciplina delle piattaforme digitali per la condivisione di beni e servizi e disposizioni per la promozione dell'economia della condivisione* (Vol. 1, Número 21).

Estadísticas

Instituto Nacional de Estadística. (2019). *Cuenta Satélite del Turismo de España (CSTE). Revisión estadística 2019*.
<https://www.ine.es/dynt3/metadatos/es/RespuestaDatos.html?oe=30027>

Páginas web

Comunicatur.info. (2016). *Uber monta una ingeniería fiscal en Europa para pagar sólo el 0,25% de sus beneficios*. Recuperado el 24 de abril de 2020, de <http://www.comunicatur.info/es/uber-monta-una-ingenieria-fiscal-en-europa-para-pagar-solo-el-025-de-sus-beneficios/>

Sharing, E. (2020). *Quiénes somos - Sharing España*. Recuperado el 4 de abril de 2020, de <https://www.sharingespana.es/quienes-somos/>

Normas jurídicas

- Ley 16/1987, de 30 de julio, de Ordenación de los Transportes Terrestres. BOE, 31 de julio de 1987, núm. 182, p. 23451-23481. <https://www.boe.es/buscar/pdf/1987/BOE-A-1987-17803-consolidado.pdf>
- Real Decreto 1211/1990, de 28 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres. BOE, 8 de octubre de 1990, núm. 241, p. 29406-29473. <https://www.boe.es/buscar/pdf/1990/BOE-A-1990-24442-consolidado.pdf>
- Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal. BOE, 11 de enero de 1991, núm. 10, p. 959-962. <https://www.boe.es/buscar/pdf/1991/BOE-A-1991-628-consolidado.pdf>
- Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior. DOCE, 17 de julio de 2000, núm. 178, p. 1-16. <https://www.boe.es/doue/2000/178/L00001-00016.pdf>
- Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. BOE, 12 de julio de 2002, núm. 166, p. 25388-25403. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2002/BOE-A-2002-13758-consolidado.pdf>
- Ley 2/2003, de 12 de mayo, de Ordenación de los Transportes Urbanos y Metropolitanos de Viajeros en Andalucía. BOE, 18 de junio de 2003, núm. 145, p. 23345-23361. <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2003/99/boletin.99.pdf>
- Ley 20/2007, de 11 de julio, del Estatuto del trabajo autónomo. BOE, 12 de julio de 2007, núm. 166, p. 29964-29978. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2007/BOE-A-2007-13409-consolidado.pdf>
- Decreto 35/2012, de 21 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Transporte Público de Viajeros y Viajeras en Automóviles de Turismo. BOJA, 12 de marzo de 2012, núm. 49. <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2012/49/d2.pdf>
- Ley 9/2013, de 4 de julio, , por la que se modifica la Ley 16/1987, de 30 de julio, de Ordenación de los Transportes Terrestres y la Ley 21/2003, de 7 de julio, de Seguridad Aérea. BOE, 5 de julio de 2013, núm. 160, p. 50239-50289. <https://www.boe.es/boe/dias/2013/07/05/pdfs/BOE-A-2013-7320.pdf>
- Directiva (UE) 2015/1535 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 9 de septiembre de 2015, por la que se establece un procedimiento de información en materia de reglamentaciones técnicas y de reglas relativas a los servicios de la sociedad de la información. DOUE, 17 de septiembre de 2015, núm. 241, p. 1-15. <https://www.boe.es/doue/2015/241/L00001-00015.pdf>
- Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores. BOE, 24 de octubre de 2015, núm. 255, p. 100224-100308. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2015/BOE-A-2015-11430-consolidado.pdf>
- Orden de 31 de marzo de 2017, por la que se regula el uso de un distintivo obligatorio para los vehículos de alquiler con conductor autorizados en la Comunidad Autónoma de Andalucía. BOJA, 6 de abril de 2017, núm. 66. https://www.juntadeandalucia.es/boja/2017/66/BOJA17-066-00003-5934-01_00111255.pdf
- Real Decreto-Ley 3/2018, de 20 de abril, por el que se modifica la Ley 16/1987, de 30 de julio, de Ordenación de los Transportes Terrestres, en materia de arrendamiento de vehículos con conductor. BOE, 21 de abril de 2018, núm. 97, p. 41051-41053. <https://www.boe.es/boe/dias/2018/04/21/pdfs/BOE-A-2018-5451.pdf>

Real Decreto-Ley 13/2018, de 28 de septiembre, por el que se modifica la Ley 16/1987, de 30 de julio, de Ordenación de los Transportes Terrestres, en materia de arrendamiento de vehículos con conductor. BOE, 29 de septiembre de 2018, núm. 236, p. 93730-93737. <https://www.boe.es/boe/dias/2018/09/29/pdfs/BOE-A-2018-13179.pdf>

Decreto Ley 4/2019, de 29 de enero, de medidas urgentes en materia de transporte de viajeros mediante el alquiler de vehículos con conductor. DOGC, 31 de enero de 2019, núm. 7800, p. 1-9. <http://www.gencat.cat/dogcNúm.7800-31.1.2019>

Decreto Ley 4/2019, de 29 de marzo, del Consell, de prestación del servicio de transporte público discrecional de personas viajeras mediante arrendamiento de vehículos con conductor. DOGV, 1 de abril de 2019, núm. 8519, p. 15437-15440. <https://www.boe.es/cca/dogv/2019/8519/r15437-15440.pdf>

Resolución de 20 de enero de 2020, de la Dirección General de Movilidad, por la que se somete a información pública el Proyecto de Decreto por el que se modifica el Reglamento de los Servicios de Transporte Público de Viajeros y Viajeras en Automóviles de Turismo aprobado por Decreto 35/2012, de 21 de febrero. BOJA, 30 de enero de 2020, núm. 20, p. 71-72. https://www.juntadeandalucia.es/boja/2020/20/BOJA20-020-00002-1107-01_00168603.pdf