

SOBRE LOS PROCESOS DE CONTRATACIÓN EN ENTORNOS COLABORATIVOS³⁴¹

José Luis Lázaro Sánchez

*Profesor Titular.
Universidad de Sevilla.*

1. INTRODUCCIÓN

Como se ha destacado, la progresiva generalización y universalización de la computerización y de la inteligencia artificial, unidas a la imparable interconexión derivada de internet, revisten los rasgos de una auténtica y nueva revolución “industrial” o “digital”, con sustanciales impactos y consecuencias en lo político, en lo social y, desde luego, en lo “laboral”³⁴².

Apoyado en las nuevas tecnologías, aparece un nuevo modelo de negocio, conocido como la “uber economy” o “crowdwork offline” específico, que básicamente consiste en empresas cuyo negocio es la creación de una plataforma virtual donde los clientes pueden localizar directamente a una persona individual que realice la prestación de servicios demandada³⁴³.

Al margen de lo relacionado con la calificación jurídica de estas prestaciones de servicios y de otros muchos aspectos a observar desde la óptica jurídico-laboral, nuestro propósito es acercarnos a esta realidad desde una perspectiva reducida a la vertiente del empleo, o mejor de acceso al mismo.

Dentro de este terreno, las potencialidades que las TICS ofrecen a los “usuarios” –empresas, trabajadores y prestadores de servicios– son indudables por cuanto son muchísimos más los destinatarios que pueden acceder a la información que aquéllos ofrecen o precisan. A la vez, aquéllas, por definición, irrumpen en los mercados de empleo traspasando los límites geográficos en los que tradicionalmente se vienen

³⁴¹ El contenido de este trabajo forma parte del resultado científico del Proyecto de Investigación de I+D DER 2015-63701-C3-3-R “Instrumentos normativos sociales ante el nuevo contexto tecnológico 3.0”.

³⁴² CASTELLS, La era de la información, Alianza Editorial, 1999.

³⁴³ TODOLÍ SIGNÉS, El impacto de la “uber economy” en las relaciones laborales: los efectos de las plataformas virtuales en el contrato de trabajo, IUSLabor 3/2015.

estructurando las sociedades, repercutiendo así en la dimensión territorial de los ordenamientos.

Aproximándonos a las facetas que nos interesan, se ha apuntado la conveniencia de que los servicios públicos de empleo españoles empezaran a ofertar como simples intermediarios estas posibilidades de empleo realmente autónomo³⁴⁴. Y siguiendo con este autor, se ha resaltado que las nuevas exigencias contextuales modificarán las competencias reclamadas al trabajador y/o valoradas por el empleador durante el proceso de selección. Por un lado, la vertiginosa obsolescencia de los conocimientos provocará que el empresario busque, más que los conocimientos ya acreditados –pero viejos apenas conseguidos por el demandante de empleo– la acreditación de su capacidad para adquirir y reciclar constantemente los mismos. Asimismo, las nuevas formas más planas y flexibles de estas empresas reclamarán un nuevo perfil en el que se solicite y busque una mayor capacidad de trabajo en equipo, una empatía y capacidad de colaboración y de liderazgo, así como aspectos completamente extraños al modelo de trabajador decimonónico como la creatividad y la innovación.

Pues bien, en tales procesos de “contratación”, que se multiplicarán por cuanto los periodos de formación o de inactividad no sólo se desarrollarán en la juventud o en la vejez, los “usuarios” no sólo dispondrán de más y mejores canales que les permitan alcanzar sus objetivos. Las TICS proporcionarán también otras utilidades, y así, desde la perspectiva de los trabajadores, éstos pueden presentarse al mercado de formas distintas gracias a herramientas, nuevas o no tanto, que son “naturales” en este nuevo escenario.

Como se ha puesto de manifiesto, todo esto enriquece el proceso de selección del personal por cuanto la información disponible del candidato crece de manera exponencial, pero exige que el ordenamiento jurídico prevea las medidas necesarias y suficientes para evitar que la información disponible del candidato no influya inadecuadamente en tal proceso³⁴⁵.

La comunicación pretende centrarse en estos aspectos, analizando las formas que los candidatos utilizan directamente para presentarse al mercado de trabajo, pero también las que sin tener esa finalidad cons-

³⁴⁴ CALVO GALLEGU, Nuevas tecnologías y nuevas formas de trabajo, Economía colaborativa y Derecho Social, 5 septiembre 2016.

³⁴⁵ “Nuevas tecnologías y gestión de recursos humanos”, Instituto Cuatrecasas de Estrategia Legal en Recursos Humanos, p. 285, Wolters Kluwer, 2017.

tituyen vías que exteriorizan facetas personales de los mismos, y que pueden ser tenidas en cuenta por las organizaciones en sus decisiones de contratación.

2. REDES SOCIALES Y EMPLEO

En el actual escenario tecnológico, las redes sociales (rr.ss.) desempeñan un papel relevante. Entendiendo por tales “aquellos servicios de la sociedad de información que ofrecen a los usuarios una plataforma de comunicación a través de internet para que estos generen un perfil con sus datos personales, facilitando la creación de redes en base a criterios comunes y permitiendo la conexión con otros usuarios y su interacción”³⁴⁶, su importancia la ponen de manifiesto estudios e informes recientes, en los que se concluye, entre otras cosas, su utilización generalizada por la ciudadanía.

Así, el Estudio Anual de Redes Sociales 2016³⁴⁷ señala que en nuestro país un 81% de los internautas de entre 16 y 55 años utilizan redes sociales, lo que representa más de 15 millones usuarios, siendo las Redes más conocidas Facebook, Whatsapp y Twitter, con porcentajes muy alto de conocimiento entre los usuarios: 100%, 94% y 92%, respectivamente, siendo las dos primeras las más valoradas y las más utilizadas. Esto supone, como refleja el Estudio, que el uso principal de las rr.ss. continúa siendo social (chatear, enviar mensajes, ver qué hacen tus contactos...).

Esta utilización masiva por la ciudadanía ha afectado a otros medios de comunicación, caso del correo electrónico, entre otras cosas porque las posibilidades de interacción que brindan –los usuarios generan y consumen contenidos al mismo tiempo– representan un verdadero factor de cambio. Y si bien el uso principal de las rr.ss. continúa siendo “social”, existe un porcentaje apreciable, un 31%, que las utiliza con finalidades profesionales o de estudio³⁴⁸.

³⁴⁶ RALLO LOMBARTE, A. y MARTÍNEZ MARTÍNEZ, R.: Derecho y redes sociales, Civitas-Thomson Reuters, 2010, p. 24. No obstante, y como también se ha precisado, tal concepto incluye una amplitud de situaciones que dependen no tanto de la herramienta o recurso en internet, sino, sobre todo, del uso que de la propia red se haga y de la comunicación que se establezca desde, hacia y entre los usuarios y los grupos de usuarios; al respecto, “Nuevas tecnologías y gestión de recursos humanos”, Instituto Cuatrecasas de Estrategia Legal en Recursos Humanos, Wolters Kluwer, 2017, p. 206.

³⁴⁷ Estudio IAB sobre Redes Sociales 2016: http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2016/04/IAB_EstudioRedesSociales_2016_VCorta.pdf.@Iab_Spain, abril 2016.

³⁴⁸ Estudio IAB sobre Redes Sociales 2016.

Este último dato no es extraño, más bien al contrario, por cuanto el concreto ámbito que nos ocupa –el empleo y la contratación– es especialmente idóneo para que las rr.ss. se desenvuelvan. En efecto, si éstas persiguen informar, comunicar e interactuar a quienes forman parte de ellas, lo relacionado con el empleo es un terreno especialmente idóneo para que en él se desenvuelvan. Y ello porque en este campo, un elemento decisivo es la información sobre las necesidades de las empresas de contratar servicios profesionales así como sobre las personas que buscan empleo o que “simplemente” ofrecen un perfil determinado. Además, las rr.ss. no sólo permiten conocer esa información, favorecen que la misma sea más amplia que la que puede obtenerse por otros medios, y a la vez permiten, de manera rápida, inmediata, conectar a los interesados.

Se ha comentado³⁴⁹ que el desarrollo de las redes sociales en las organizaciones está en una etapa de crecimiento acelerado, y que tal avance depende, entre otros, de dos factores fundamentales: de la madurez y antigüedad de la organización y de la percepción en las personas de la necesidad de implantar este tipo de herramientas. También, en este mismo estudio, se pone de manifiesto que las principales beneficiarias de estas redes serán las organizaciones con múltiples emplazamientos geográficos y culturas de sus empleados por cuanto el lenguaje en estos medios es común y supera las barreras culturales que otras herramientas no logran derribar.

Además, un dato de especial trascendencia a considerar es que, en la actualidad, el principal medio a través del cual se accede a las redes sociales es el “smartphone” y, en general, los dispositivos “weareable”³⁵⁰, tal como pone de relieve el Informe de la Fundación Telefónica, La Sociedad de la Información en España de 2015³⁵¹, lo que propicia un escenario de hiperconectividad que, de nuevo, rompe otras barreras. En este sentido, ya no es necesario estar conectado a través de un ordenador; lo que, obviamente, repercute en el terreno profesional en general, y en el del empleo en particular.

Más aún, y como exponente del continuo avance de las tecnologías de la comunicación, consustancial a ellas mismas, la implantación de la quinta generación de telefonía móvil hará que los móviles funciona-

³⁴⁹ “Nuevas tecnologías y gestión de recursos humanos”, op. cit., pp. 220 y ss.

³⁵⁰ Las «wearable technologies» aluden a una diversidad de dispositivos “inteligentes” –gafas, relojes, pulseras o anillos, todos etiquetados como «inteligentes»– que se llevan puestas, como una prenda o un complemento.

³⁵¹ https://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/sociedad-de-la-informacion/informe-sie-espana-2015/

rán más rápidos y serán más eficientes. Como se indica en una noticia reciente³⁵², el 5G no solo cambiará la vida cotidiana de millones de usuarios, sino que tendrá unas implicaciones económicas para las empresas aún difíciles de evaluar. Su principal mejora, no será tanto la relativa a la velocidad de subida o de bajada, sino la reducción de latencia, o tiempo de respuesta que tarda un dispositivo en ejecutar una orden desde que se le manda la señal: el 5G reduce ese retardo a un milisegundo, desde los más de 10 del 4G.

3. LA UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES POR QUIENES DEMANDAN EMPLEO

La utilización de las redes sociales por quienes buscan empleo representa un cambio sustancial en el funcionamiento del mercado de trabajo, y de los procesos de contratación, no sólo por las ventajas que aquellas ofrecen, sino también en la propia configuración del candidato como tal.

Antes de referirnos a estas cuestiones, conviene detenerse en la utilización de las redes por parte de las personas que buscan trabajo, y al respecto nos encontramos que es una práctica muy extendida entre éstas. En este sentido, en el Informe Infoempleo-Adecco, Redes sociales y mercado de trabajo, 2016 (Informe Adecco, en adelante), se destaca que el 91% de los candidatos tiene cuenta en redes sociales, y el 78% las utiliza para buscar empleo.

No obstante, también se apunta a que el furor por las redes sociales parece estar perdiendo fuerza, y así se pone manifiesto que el número de usuarios que no tienen ninguna cuenta en redes sociales ha subido siete puntos, pasando de un 2% en 2015 a un 9% en 2016. También, en esta dirección, que el 35% de los candidatos ha desactivado o eliminado alguna de sus cuentas en redes sociales.

Sobre cuáles sean las razones de esta tendencia, el principal motivo esgrimido es mantener la privacidad, causa alegada por más de la mitad de las personas que no tienen cuenta en ninguna rr.ss.; otras apuntan simplemente hacia el desinterés, así como a la búsqueda de una comunicación más tradicional.

En esta primera, y principal, causa de desactivación digital aflora uno de los aspectos más controvertidos en el terreno de las rr.ss. y el empleo.

³⁵² Diario El País, 6 de septiembre de 2017.

Al respecto, los usuarios son cada vez más conscientes de que todo aquello que publiquen en redes sociales puede ser evaluado por otras personas, y entre estas, futuros empleadores. Quizás por ello, el Informe revela que cae de forma espectacular el porcentaje de usuarios que comunicaría a través de sus redes sociales que está en búsqueda activa de un puesto de trabajo. Así, si en 2015 el 75% de los candidatos haría público que está buscando trabajo a través de alguno de sus perfiles, en este último año la cifra ha caído hasta el 46%, casi 30 puntos porcentuales menos.

Y quizás también por ello, los usuarios dispuestos a compartir su búsqueda de empleo a través de redes sociales utilizarían, mayoritariamente, LinkedIn (66%), Red especializada en el ámbito profesional y la que recibe una mejor valoración de los usuarios. De esta forma, se estaría produciendo una especie de redireccionamiento hacia redes específicamente profesionales cuando el objetivo es de esta naturaleza, evitando así las desventajas de hacerlo a través de redes “generalistas”.

A pesar de ello, el Informe constata que la mayoría de los usuarios no ha hecho más privados sus perfiles en las rr.ss., ni ha eliminado contenidos de las mismas pensando en futuras oportunidades laborales. De esta forma, si bien separando los aspectos personales de los profesionales –usando sólo las rr.ss. especializadas para lo relacionado con objetivos laborales– pueden contrarrestarse los inconvenientes comentados, la transparencia del candidato en el resto de rr.ss. debilita en buena medida este propósito.

Siguiendo con el último Informe citado, en él se expone que las rr.ss. en las que los usuarios se muestran más activos son Facebook, YouTube, Instagram y Google+, así como que el teléfono móvil es el dispositivo más utilizado por los usuarios para acceder a sus redes sociales, cifrándose en un 83% quienes lo hacen por este medio. Como se ve, estos datos están en consonancia con los que, con carácter general, hemos comentado antes; es decir, utilización generalizada de las rr.ss., y relevancia del teléfono móvil como dispositivo principal a través del que se accede a las mismas.

Centrándonos en el uso “profesional” de las rr.ss., nos encontramos con dos datos sobre los que reflexionar. Por un lado, que si bien las personas que buscan empleo las utilizan en gran medida, muchas veces lo hacen a través de redes de carácter “social”, no profesional, como las últimas apuntadas. De esta forma, el empleo es una más de las utilidades que se les da a las rr.ss. “generalistas”, no específicamente

profesionales, lo que tiene repercusiones en algunos factores, como los relacionados con la propia configuración del candidato o como la repercusión de aspectos de su vida personal en su contratación, que trataremos después.

Por otro, y a pesar de ese alto porcentaje de usuarios que utiliza las redes sociales para buscar empleo, el Informe confirma que su uso es, principalmente, esporádico o complementario a la utilización de otros canales de intermediación laboral. En este sentido, se refleja que la primera opción a la que recurren los candidatos cuando están en búsqueda activa de trabajo son, un año más, los portales web de empleo, consultados por el 98% de los encuestados. El 85% recurre a ellos siempre o casi siempre, y el 13% los consulta de forma ocasional. Asimismo, se apunta hacia otros cauces en la búsqueda de empleo, como por ejemplo los contactos personales o las webs de las empresas.

4. EL CANDIDATO DIGITAL

Como decíamos antes, la utilización de las redes sociales por quienes buscan empleo representa un cambio sustancial en el funcionamiento del mercado de trabajo, que afecta además a la propia idea, concepto, de candidato. En efecto, hasta ahora podíamos entender por tal a quien optaba a un concreto puesto de trabajo, condición que se mantenía durante el desarrollo del proceso de contratación hasta que éste finalizaba, con independencia de su resultado. Las rr.ss., especialmente las de perfil profesional, convierten en candidatos a quienes se integran en ellas, porque, entre otros propósitos, al incorporar sus perfiles persiguen que el resto de miembros de la Red los consideren ante eventuales necesidades de contratación. De esta forma, cuando una persona se registra en la Red se convierte, además, en potencial y permanente candidato.

Ha de tenerse en cuenta que las empresas no sólo están pendientes de los profesionales existentes en las rr.ss. cuando van a iniciar un proceso de contratación. Las Redes les permiten conocer qué perfiles pueden ser interesantes ante necesidades futuras, para que cuando éstas se presenten contactar con quienes vienen mostrando en las mismas un perfil adecuado. Al respecto, se ha apuntado³⁵³ que en 2015, a nivel internacional 61% de los reclutadores seleccionaron a un candidato que ellos buscaron por su perfil –lo que se denomina “contratación

³⁵³ Entrevista a Allen Blue, cofundador de LinkedIn, publicada en el diario El País, de 12 de octubre de 2016.

pasiva”–, en lugar de hacerlo con uno que se haya postulado a alguna vacante.

En esa dirección, las rr.ss. permiten interactuar a los usuarios con las empresas que forman parte de ella, pudiéndose convertir aquéllos en seguidores de éstas, y generándose así una conexión con potenciales repercusiones. Así, se ha puesto de manifiesto³⁵⁴ que seis de cada diez reclutadores utilizan los perfiles corporativos de la empresa para captar talento, y cada vez son más las compañías que, siendo conscientes de que no hay mejor candidato que el que ya es fan de tu marca, sigue tus actualizaciones y encaja con la cultura de la empresa, utilizan sus perfiles en rr.ss. encontrar a futuros empleados.

Por tanto, el candidato que utiliza las rr.ss., y en particular las especializadas en el terreno profesional, se caracteriza, en primer lugar, porque su condición como aspirante a nuevos desarrollos profesionales se convierte en permanente. Es cierto que siempre ha existido la posibilidad de que el desarrollo profesional genere atracción para las empresas. Éstas conocen a quienes operan en sus respectivos sectores de actividad y, por tanto, pueden intentar incorporarlos a sus proyectos empresariales; incluso, existen desde hace tiempo agencias o empresas especializadas que ayudan a las empresas en estos procesos³⁵⁵.

La diferencia estriba ahora en que las rr.ss. profesionales permiten conocer bien a los profesionales que prestan sus servicios en los distintos sectores de actividad, y, como se acaba de comentar, posibilitan interactuar con ellos. Pero el cambio mayor respecto a situaciones pasadas es que todo esto se articula de forma permanente con la integración de dichos profesionales en las rr.ss. La Red, como espacio virtual común, favorece que sus usuarios –tanto organizaciones como profesionales– se conozcan, estén conectados y abiertos de manera permanente a entablar relaciones de colaboración a través de negocios jurídicos como pueda ser el contrato de trabajo.

Una segunda característica del candidato digital, es su actividad como tal. Carlos Fernández Guerra, conocido community manager, señala en una reciente entrevista³⁵⁶ que su consejo a los jóvenes que entran en la Universidad es que no descuiden su marca personal en las redes sociales, porque el panorama ha cambiado y el nuevo currículum ya no es de papel. Está en Google y se construye con las diferentes huellas digitales, con los rastros de información personal que flotan en internet.

³⁵⁴ Informe Adecco.

³⁵⁵ The executive search firms, conocidas también bajo la expresión headhunters.

³⁵⁶ Diario El País, de 21 de diciembre de 2016.

En esa misma noticia, que se hacía eco de un encuentro realizado con jóvenes para incidir en la importancia de crearse su marca personal, se alude a que ello se entrena, a fin de adquirir la habilidad de “saber venderse”, de ser capaces de contar en poco tiempo –45 segundos– quién son, qué les apasiona, qué pueden aportar y en qué destacan. También se comenta la importancia de crear una red sólida de contactos para aprender más de cada una de las profesiones y conocer otros puntos de vista.

Esto es relevante y signo distintivo de este “nuevo” candidato. No se trata sólo de ser usuario de las rr.ss., sino de ser activo y tener presencia en las mismas, pero también, y sobre todo, de hacerlo bien en ellas. En este sentido, un formador de LinkedIn opinaba que “sin una cuenta de LinkedIn te quedas fuera de las selecciones y con una mal gestionada, probablemente también”³⁵⁷.

Es por ello que el candidato digital debe atender, y hacerlo adecuadamente, a las redes. Se habla en este sentido de conseguir un buen posicionamiento, para el que algunos expertos recomiendan determinados contenidos³⁵⁸.

En esta dirección, en una entrevista³⁵⁹, éste relata la evolución observada en los perfiles profesionales. Comenta que hace tan solo 20 años el curriculum era un pedazo de papel; ahora todos tenemos una “identidad digital” que va mucho más allá del curriculum. La diferencia con entonces, destaca, es que ahora los usuarios pueden subir diferentes contenidos para enriquecer su perfil, como su portfolio, fotografías, artículos en los que se les mencione o contenidos publicados por ellos.

Tienen la posibilidad de ofrecer información que va más allá de lo estrictamente profesional, como por ejemplo, hablar de sus voluntariados, así como añadir habilidades concretas y recomendaciones de terceros sobre su dominio de las mismas. En este sentido, el perfil se crea junto con la red de contactos, aspecto éste relevante, a juicio de Blue, en tanto que para las empresas es clave lo que los demás dicen sobre ti.

³⁵⁷ “¿Lo estoy haciendo bien en LinkedIn?”, Diario El País, 9 de diciembre de 2015.

³⁵⁸ Entre otras, se apunta a describir con un buen titular la especialidad profesional, realizar una breve descripción de la trayectoria profesional con datos y logros obtenidos, creando aptitudes nuevas, más allá de las etiquetas que la propia Red ofrece, y añadir un documento de algún proyecto concreto, o el enlace a un vídeo y añadir que aporta valor: “¿Lo estoy haciendo bien en LinkedIn?”, Diario El País, 9 de diciembre de 2015.

³⁵⁹ Publicada en el diario El País, de 12 de octubre de 2016.

Especialmente interesante es lo relacionado con las referencias de terceros, lo que determina que, de manera muy gráfica, se haya dicho que “ya no somos lo que decimos que somos, sino lo que dicen de nosotros en la red y cómo se nos percibe”³⁶⁰.

La relevancia de cómo se utilizan de las redes sociales por parte de los candidatos conduce a lo que se ha denominado su reputación “online”. En algunos de los estudios e informes a los que venimos haciendo referencia, se apunta a que un 28% de empresas han rechazado a un candidato por su actividad en las redes sociales³⁶¹. Por ello, algunos informes apuntan a que los candidatos no deberían realizar ningún tipo de manifestación de violencia o discriminación si no quieren ser descartados en un proceso de selección³⁶².

Al respecto, en las normas de uso que LinkedIn exige a sus usuarios se indica que no puede actuarse de manera ilegal o poco profesional en relación con los servicios que les ofrece la Red, considerando como tales las actitudes deshonestas, abusivas o discriminatorias, así como publicar contenido inexacto, obsceno difamatorio, impactante, que incite al odio, amenazador o de otro modo inapropiado o que derive en quejas o disputas personales.

Puede decirse, que el nuevo candidato se expone a ser de “cristal”, en tanto su actividad en las Redes conviertan su vida en transparente. Ello afecta a una de las cuestiones tradicionales en los procesos de contratación como es la relativa a qué aspectos, singularmente los no profesionales, pueden conocer las empresas de los candidatos, tema éste sobre el que volveremos. Sí abordamos en este momento otro elemento muy relacionado con la visibilidad del candidato, cual es la veracidad de los datos publicados.

La falsedad de la información contenida en un currículum es algo que pudiéramos considerar frecuente. Algunos candidatos lo hacen con el propósito de obtener un empleo, asumiendo así el riesgo y las consecuencias de la comprobación por las empresas de los detalles aportados.

³⁶⁰ “Nuevas tecnologías y gestión de recursos humanos”, op. cit., p. 227.

³⁶¹ “Nuevas tecnologías y gestión de recursos humanos”, op. cit., p. 231.

³⁶² Informe Adecco. Por su parte, Fernández Guerra, en la entrevista de las que antes nos hacíamos eco, considera que debe tenerse cuidado con lo que se escribe en las Redes, ya que a algunos les ha costado su puesto de trabajo. La clave, a su juicio, es dedicarle horas, hacer investigaciones y saber qué se quiere contar. La importancia de la reputación online determina que la privacidad prima sobre lo “trendy”.

La utilización de las rr.ss. aumenta enormemente estas situaciones en tanto, como venimos señalando, hace muy visible al candidato en el mercado de trabajo. Y no sólo como tal, como persona que opta a un puesto de trabajo concreto, sino como profesional en general, sin que esté inmerso en proceso de contratación alguno. Ya no se trata, por tanto, de inexactitudes en el currículum proporcionados a una empresa, se trata de información incierta suministrada al mercado de trabajo en su conjunto.

Y no es un problema sólo de que haya aumentado el número de “afectados”, sino, sobre todo, de cómo puede afectar esto a la imagen de las organizaciones que son utilizadas inadecuadamente. Como se decía en una información reciente³⁶³ “las mentiras en el currículum son habituales, pero su publicación en una red social como LinkedIn las institucionaliza”³⁶⁴.

Dejando de lado las eventuales responsabilidades en las que pudiera incurrir una persona por falsear los datos incluidos en su perfil profesional, currículum o candidatura, las normas de las propias rr.ss. apuntan hacia esta cuestión. Tomando como ejemplo las normas de uso de LinkedIn, esta Red indica que todo aquel que se registre en ella acepta suscribir un contrato por el que se compromete, entre otras cosas, a tener al menos la edad mínima establecida –los menores de 16 años no pueden usar los servicios, salvo que la legislación aplicable exigiera tener más edad, en cuyo caso la edad mínima sería esa otra edad–.

Asimismo, esas normas exigen que los miembros de la Red se comprometen a suministrar únicamente la información y el contenido sobre los que se tenga derecho, y a que la información del perfil de LinkedIn sea verdadera. En este sentido, y de manera expresa se indica en dichas normas de uso que éstas suponen aceptar que debe proporcionarse información exacta y mantenerla actualizada, y usar el nombre verdadero en el perfil.

A la vez, tales normas determinan que no puede usarse una imagen o una foto de cara que no se parezca a ti en el perfil, ni crear una identidad falsa, como tampoco representar de manera falsa la identidad (por ejemplo, utilizando un pseudónimo), tus puestos de trabajo actuales o

³⁶³ Artículo titulado “Qué hacer si un ex empleado miente sobre su puesto de trabajo en LinkedIn”, publicado en el diario El País, 18 de abril de 2017.

³⁶⁴ Al respecto, y según el Informe Adecco, una de las razones que llevan a rechazar a un candidato por su actividad en las rr.ss. es porque la información obtenida que contradiga el CV del candidato.

anteriores, tus calificaciones o vínculos con una persona o entidad, así como crear un perfil de miembro para alguien diferente.

No obstante, en estas normas se incluye toda una serie de limitaciones de responsabilidad jurídica con las que la Red elude la derivada de los contenidos publicados por los usuarios. También, se excluyen las responsabilidades por la pérdida de datos, de oportunidades, de reputación o de beneficios o ingresos relacionados con los servicios, como declaraciones ofensivas o difamatorias, tiempo perdido, uso o cambios en tu información o contenido.

5. LA UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES POR LAS EMPRESAS

Las empresas también utilizan en gran medida las redes sociales, como lo demuestra, apoyándonos de nuevo en el Informe Adecco, que el 86% de las empresas en España tiene presencia en redes sociales, lo que supone un 4% más que en 2015, siendo Facebook la red social con mayor presencia de empresas, Red en la que el 79% de las compañías encuestadas en el Informe tiene cuenta corporativa. Tras ella, LinkedIn, es la Red más seguida, redes ambas que también son, y por ese orden, en las que los profesionales de los recursos humanos se muestran más activos.

No obstante, y de acuerdo con el citado Informe, la red social más utilizada para descubrir talento es, un año más, LinkedIn, que es también la más valorada, a gran distancia de la segunda, Facebook. Otro matiz a considerar es que el Informe revela que aún hay una cifra considerable de empresas que no están presentes: una de cada diez.

Finalmente, y en cuanto a datos globales de utilización de las redes sociales el Informe señala que el teléfono móvil es el dispositivo más elegido por los profesionales de los recursos humanos para consultar las redes sociales (81%).

Como se ve, hay cierta coincidencia con los datos ofrecidos antes respecto de la utilización de las redes sociales por los candidatos, tanto en lo referido a la utilización global de las mismas, como al tipo de redes, así como a los dispositivos a través de los que se accede a ellas. La diferencia estriba en la mayor importancia de LinkedIn, Red a la que los profesionales de los recursos humanos dan una muy alta valoración como canal de atracción y selección de talento, lo que se explica en atención al inherente uso profesional de las rr.ss. por las organizaciones.

También, en consonancia con aquellos datos, el Informe destaca una tendencia a una menor utilización de las rr.ss. por las empresas, ofreciendo en este caso como explicación la utilización de servicios de mensajería instantánea, como Whatsapp, Telegram, SnapChat, que a la vez que cubren necesidades en ese ámbito, aportan mayor privacidad.

De nuevo en sintonía con lo comentado antes respecto de los candidatos, los portales web de empleo siguen siendo la herramienta más utilizada por los profesionales de los recursos humanos cuando quieren reclutar a nuevos empleados. De hecho, es el canal al que recurren siempre o casi siempre el 67% de los seleccionadores, unido al 21% que los utiliza de forma habitual u ocasional. Además, los portales web de empleo son también la herramienta de intermediación laboral mejor valorada por estos profesionales.

Y con independencia de la mayor o menor utilización y/o valoración de las rr.ss.³⁶⁵, en el reiterado Informe hay un altísimo porcentaje de encuestados que concluye que en el plazo de dos años, los mecanismos de intermediación laboral más utilizados serán los portales web de empleo, los contactos personales, las redes sociales y los sites corporativos.

Como apuntamos, entre las ventajas que aportan a las empresas la utilización de las rr.ss. con finalidad de empleo se encuentra la de conocer mejor a los candidatos y su encaje en las organizaciones. Al respecto, la mayoría de las empresas acceden a los perfiles del candidato antes de conocerlo en persona, ya sea antes de realizar la entrevista, o en el momento en el que reciben la candidatura.

Esto nos conduce a un aspecto al que venimos recurriendo, cual es el del acceso, conocimiento y utilización de los aspectos personales de los candidatos en las tomas de decisiones acerca de las personas a incorporar a las organizaciones.

En este punto, hay aspectos a analizar por cuanto, por ejemplo y en primer lugar, algunas de las redes sociales que las empresas utilizan son

³⁶⁵ A pesar de los datos positivos reflejados, el Informe alude a que el 31% de los profesionales de los recursos humanos no se muestra satisfecho con los perfiles de los candidatos que encuentra en redes sociales, y a que el 35% de los reclutadores opina que los candidatos no dan un uso suficientemente profesional a sus perfiles en redes sociales. Además, se apunta que estos profesionales se quejan del tiempo excesivo que emplean en realizar la búsqueda (32%) y de la falta de determinados candidatos (30%). Finalmente, el porcentaje de empresas que no recurre a ningún servicio de pago en las rr.ss. para realizar las labores de captación de talento asciende al 61%.

“generalistas”, es decir no especializadas ni profesionales³⁶⁶, caso de Facebook, que hemos visto es la que mayor presencia empresarial tiene. La utilización de esta Red les permite obtener información personal del candidato, que éste ha proporcionado a la Red por razones no profesionales y en circunstancias ajenas a cualquier proceso de contratación. De esta forma, las empresas pueden –de hecho lo hacen en gran medida³⁶⁷, como apuntamos antes– conocer aspectos no profesionales de los candidatos, reveladores de su personalidad o incluso no característicos de la misma, datos todos ellos que pueden ser tenidos en cuenta en mayor o menor medida que los estrictamente profesionales a la hora de tomar la decisión acerca de la contratación del candidato en cuestión.

Las prescripciones normativas parecen apuntar a que lo que debe ser tenido en cuenta en los procesos selectivos son los datos profesionales, sin que se puedan acceder ni tratar aspectos ajenos a los mismos. En este sentido, la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, describe en su artículo 4 el principio de Calidad de los datos, señalando que “Los datos de carácter personal sólo se podrán recoger para su tratamiento, así como someterlos a dicho tratamiento, cuando sean adecuados, pertinentes y no excesivos en relación con el ámbito y las finalidades determinadas, explícitas y legítimas para las que se hayan obtenido”.

Sin embargo, por un lado, las empresas tienen libertad de contratación lo que les permite seleccionar a quienes decidan, y conforme a sus criterios, aunque con el importante límite del respeto a los derechos fundamentales de los candidatos, especialmente el que les prohíbe discriminar en el acceso al empleo. Por otro, hay un interés claro de las empresas en conocer lo mejor posible a los candidatos a fin de evaluar su adecuado encaje en las organizaciones, lo que les hace interesarse por aspectos no exclusivamente profesionales. Desde esta perspectiva, cabría pensar de que no se trata sólo de seleccionar a un buen profesional, sino al profesional adecuado a la empresa en cuestión³⁶⁸.

³⁶⁶ ORTIZ LÓPEZ, P.: “Derecho y Redes sociales”, Rayo Lombarte y Martínez Martínez (eds), Civitas-Thommsom Reuters, 2ª edición, 2013, pp. 22 y ss, clasifican las redes en torno a tres categorías: de comunicación, especializadas y profesionales.

³⁶⁷ Según el Informe Adecco, el 86% de las empresas consulta las redes sociales de los candidatos preseleccionados antes de tomar una decisión de contratación, y ello ha provocado reconsiderar la decisión de contratación en el 55% de los encuestados, lo que se ha traducido en que el 31% de las organizaciones ha desestimado la candidatura de algún aspirante a un puesto de trabajo por la imagen que proyectan en alguno de sus perfiles en rr.ss.

³⁶⁸ En este sentido, en los procesos de selección aparecen nuevos métodos y aplicaciones a través de los cuales se evalúan las fortalezas cognitivas y emocionales de los can-

Como puede intuirse es un escenario controvertido en el que las rr.ss. han irrumpido, y lo han hecho debilitando los posibles límites que el ordenamiento jurídico establece respecto del conocimiento de aspectos personales de los candidatos se refiere. Es inherente a las Redes que sus miembros compartan información, datos, imágenes..., que a salvo de los controles de acceso que las mismas habilitan, son conocidos por el resto de usuarios.

Por tanto, y en la línea avanzada antes, nos encontramos ante un panorama en el que las rr.ss. a la vez que muestran evidentes ventajas, también propician lo contrario, recayendo, como se destacado, en los propios usuarios el que su utilización nos les perjudique.

En este sentido, es revelador la información que el Informe Adecco apunta sobre los aspectos que les haría, a los responsables de las contrataciones, rechazar a un candidato, apuntándose cuestiones como la apología de cualquier tipo de violencia o discriminación, o la publicación de contenido que promueva el consumo de drogas y/o alcohol. Pero junto a estos, que son en los que mayor coincidencia hay, otros, como los relativos a la afiliación política, que aunque mencionados en menor medida, representan aspectos especialmente protegidos que no pueden determinar decisiones de no contratación³⁶⁹.

Aun a pesar de la evidente ilicitud de decisiones basadas en la afiliación política, o en otras causas o situaciones protegidas por el ordenamiento³⁷⁰, se hace muy difícil demostrar que las actuaciones empresariales se han basado en tales circunstancias o condiciones personales. Esto que es así en general, lo es aún más en el escenario virtual, entre otras cosas, porque, como se ha dicho, en muchas ocasiones las empresas

didatos para después cruzarlos con los requisitos exigidos por las empresas y detectar a los mejores perfiles. Al respecto puede verse <https://www.pymetrics.com>

³⁶⁹ Otros aspectos, al margen del ya citado antes sobre los datos que contradigan el CV del candidato, que provocan rechazo según este Informe son, las imágenes de contenido sexual poco apropiadas, los comentarios negativos sobre empleadores y/o compañeros de trabajo, los errores de expresión/gramaticales, y la ausencia de habilidades comunicativas.

³⁷⁰ El artículo 7 de la LOPD, consagra la categoría de datos especialmente protegidos, respecto de los que recuerda la no obligación de declarar sobre la ideología, religión o creencias, y la necesidad del consentimiento expreso y por escrito del afectado para el tratamiento los datos de carácter personal que revelen la ideología, afiliación sindical, religión y creencias. Además, prescribe que los datos de carácter personal que hagan referencia al origen racial, a la salud y a la vida sexual sólo podrán ser recabados, tratados y cedidos cuando, por razones de interés general, así lo disponga una ley o el afectado consienta expresamente. Y prohíbe los ficheros creados con la finalidad exclusiva de almacenar datos de carácter personal que revelen la ideología, afiliación sindical, religión, creencias, origen racial o étnico, o vida sexual.

ni siquiera tienen que adoptar su decisión en el marco de un concreto proceso de contratación, sino que fruto de los datos que van obteniendo de las Redes, no consideran y excluyen a determinadas personas cuando tales procesos comienzan.

Por tanto, son los propios usuarios quienes pueden y deben controlar que las informaciones personales incluidas en las Redes no les repercutan negativamente. El problema viene porque, en muchas ocasiones, no son los propios usuarios los que “cuelgan” datos, imágenes, sino que lo hacen terceras personas, teniendo por tanto el usuario no sólo que utilizar adecuadamente las rr.ss., sino también controlar lo que en ella se informa de él.

No obstante, hay que recordar la comentada tendencia hacia una mayor utilización de las rr.ss profesionales por parte de las empresas, hecho que relativiza el problema acerca de la incidencia de lo personal en el terreno profesional, por cuanto la actitud de los usuarios en este tipo de Redes es diferente.

Y al igual que comentamos respecto de los candidatos, la utilización por las empresas de las rr.ss. debe venir acompañada de un buen uso de las mismas. En este sentido, se observa la transformación de las páginas dedicadas al empleo en las empresas, que pasan de ser simples secciones de “trabaja con nosotros”, a webs atractivas e interactivas, con contenidos de valor, como, por ejemplo, audiovisuales en los que puedan visualizarse los espacios de trabajo, en los que se cuente con testimonios de empleados, y en los que se hable de la organización no solo en términos empresariales, sino también de la cultura y valores de la misma³⁷¹.

También, en sintonía con la relevancia que para los candidatos tiene crear una marca personal y tener reputación on-line, respecto de las organizaciones empresariales se habla del “digital branding”, que obliga a las empresas a transmitir su marca empleadora a través de internet y de las Redes.

Las empresas activas en entornos digitales tienen más probabilidades de generar un mayor número de leads y por tanto atraer al mejor talento. Recuérdese lo comentado antes acerca de la tendencia de los candidatos digitales a convertirse en seguidores de marcas empresariales, y de la cada vez mayor relevancia que tiene esto en los procesos de contratación³⁷².

³⁷¹ Nuevas tecnologías y gestión de recursos humanos”, op. cit., pp. 231 y 232.

³⁷² Ibidem.

Cabe referirse finalmente a un aspecto algo distinto, cual es la repercusión de las redes sociales en la organización del trabajo, y en concreto a su utilización para instaurar modelos de colaboración. Es lo que se denomina el crowdsourcing³⁷³, en virtud del cual se adoptan conocimientos aportados por profesionales externos, o incluso por los propios clientes o proveedores. La idea, por ejemplo, es aprovechar el potencial de colaboraciones para proyectos determinados que existe en una empresa con un elevado número de empleados, posibilidad a la que aluden algunas empresas que participan en dicho estudio.

Como se ve, se trata no sólo de otra perspectiva de utilización de las rr.ss., sino también de una idea diferente de entorno colaborativo. Sin que sea éste el tema de esta trabajo, y de acuerdo con la noción de economía colaborativa reflejada en una Comunicación de la Comisión Europea, de agosto en 2016, aquélla comprende “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. Implica a tres categorías de agentes: prestadores de servicios, usuarios e intermediarios, que a través de una plataforma en línea conectan a los anteriores agentes y facilitan las transacciones entre ellos”.

Los modelos colaborativos en los que se piensa frecuentemente (UBER...) nos conducen hacia plataformas digitales en las que convergen empresas y prestadores de servicios, además claro está de los intermediarios que son quienes gestionan la plataforma; es decir, se trata de buscar la colaboración fuera, en esos entornos colaborativos. En cambio, en la idea recién expuesta, la colaboración se desarrolla dentro de las propias empresas, con el conjunto de los trabajadores, pudiendo hacerlo también con personas ajenas a la misma, que además pueden tener una vinculación con la misma diferente a la de trabajador o prestador de servicios, caso de los proveedores y clientes.

³⁷³ Nuevas tecnologías y gestión de recursos humanos”, op. cit., p. 217.

PLATAFORMAS DE EMPLEO Y PLATAFORMAS DE TRABAJO. ASPECTOS FUNDAMENTALES³⁷⁴

Emilia Castellano Burguillo
Profesora Contratada Doctora.
Universidad de Huelva.

1. INTRODUCCIÓN

1.1. IDEAS PREVIAS: DÓNDE ESTAMOS

La Revolución Industrial del Siglo XIX estuvo acompañada de incógnitas, ventajas y desventajas según el punto de vista del que se trate. Sólo con el tiempo se destacaron principalmente sus ventajas. En la Revolución actual que vivimos, en este caso tecnológica, estos patrones se repiten, ya que existen nuevos modelos de negocio que pueden generar crecimiento y empleo, pero respecto de los cuales se plantean muchas incógnitas, ventajas y desventajas. La llamada “Economía Colaborativa” precisa de aclaraciones, regulaciones y tomas de decisión por parte de las instituciones de la Unión Europea (en adelante UE), nacionales e incluso locales. La Europa de hoy tiene grandes retos, pues nos enfrentamos a una digitalización de la sociedad que diferencia claramente entre los trabajadores por cuenta ajena y por cuenta propia, incentivando estos últimos. Están surgiendo nuevos empleos y nuevas formas de trabajar, de prestar un servicio, y en los próximos años surgirán otros muchos³⁷⁵. Todo esto supone que la forma de relacionarnos los seres humanos está cambiando y deberíamos poner nombre a ese cambio, así como redefinir las cuestiones fundamentales de esta realidad que no pueden ser tratadas con la normativa previamente existente, ya que ésta última es insuficiente.

La crisis económica de los últimos años ha hecho que varíen ciertos comportamientos humanos, que incluso supongan cambios de paradig-

³⁷⁴ El contenido de este trabajo forma parte del resultado científico del Proyecto de Investigación de I+D DER 2015-63701-C3-3-R “Instrumentos normativos sociales ante el nuevo contexto tecnológico 3.0”.

³⁷⁵ Así se pone de manifiesto en el Libro Blanco sobre el Futuro de Europa. COM (2017) 2025 Final de 1 de marzo de 2017. Reflexiones y Escenarios para la Europa de los veintisiete en 2025, p. 4.

mas, por ejemplo, se está extendiendo la tendencia de poseer menos frente al sentido de propiedad fomentado anteriormente, aunque fuera de forma cultural, ahora se propone *“atender más al gasto y observar la retribución conseguida, ya sea en cuanto a necesidad cubierta o satisfecha, bajo la premisa de que para disfrutar del bienestar no sirve acumular”*³⁷⁶.

Por tanto, se fomenta que el uso de los recursos y servicios se afronte de otra forma, de manera que sean prestados, regalados, intercambiados, alquilados y no necesariamente comprados y/o vendidos. Esta nueva realidad se basa en la confianza³⁷⁷ que podamos generar en el otro, en la transparencia de las acciones y de los beneficios³⁷⁸. La novedad en sí de esta materia que ahora estudiamos no es el “compartir” servicios, actividades, objetos, bienes, etc, sino el vehículo a través del cual se hace, en concreto, usando las nuevas tecnologías y accediendo a plataformas tecnológicas que ponen en contacto la demanda y la oferta del servicio, actividad, bien etc.³⁷⁹.

Esta revolución económica y tecnológica cuenta, al igual que ocurriera con la Revolución Industrial, con la oposición de un grupo de trabajadores, los que en aquel momento eran los “artesanos ingleses conocidos como luditas, que se opusieron a los telares industriales”, lo que sólo produjo un retraso en su implantación pero no la evitación absoluta de su sustitución. Por tanto, las nuevas tecnologías están produciendo una alteración del mercado de trabajo de la que no pueden quedar ajenos los trabajadores y el resto de actores que intervienen en dicho mercado. Si bien podemos pensar en un impacto negativo en la mano de obra, por el hecho de que se reduzcan “las manos necesarias para la produc-

³⁷⁶ Así lo pone de manifiesto el Consejo Económico y Social Europeo en el Dictamen “Consumo colaborativo o participativo: un modelo de sostenibilidad para el siglo XXI” (Dictamen de iniciativa). DOCE C 177 de 11 de junio de 2016, p. 3.

³⁷⁷ Sobre esta confianza puede consultarse el artículo “La pirámide de Maslow 3.0”. en http://www.fidefundacion.es/sdigital/La-piramide-de-Maslow-3-0_a8.html. 28 de abril de 2017.

³⁷⁸ Basta con reflexionar acerca de la digitalización de los contenidos (fotografías, música, vídeos, libros, etc.) para comprobar que ha permitido a mucha gente darse cuenta de que a menudo lo que se quiere no es el disco en sí, sino la música que está grabada en él. Mientras se pueda acceder en el momento que se necesite se podrá estar satisfecho, y más aún si exige una menor disponibilidad o utilización del espacio personal. Dictamen del CESE “Consumo colaborativo o participativo” Ibidem, p. 3.

³⁷⁹ A raíz de la crisis económica emergieron plataformas, por ejemplo, para la compraventa de vestidos y complementos de novia de segunda mano, para el alojamiento en casas, el alquiler de vehículos o de trajes de gala, incluso en relación con ropa de diseñadores o complementos de lujo, y también comunidades donde los usuarios publican una tarea, como montar un mueble o recoger un paquete y el precio que ofrecen a la persona que quiera llevarla a cabo. Dictamen del CESE “Consumo colaborativo o participativo” Ibidem, p. 4.

ción”, no debemos perder de vista la necesidad, de que este cambio de producción venga acompañado de unas políticas de empleo pasivas y activas adecuadas al entorno en el que nos encontramos³⁸⁰, de manera que el “gasto” que se realice por los Estados, las Comunidades Autónomas e Instituciones Locales tenga un adecuado reflejo en el mercado de trabajo desde el punto de vista de su eficacia y efectividad.

1.2. CONCEPTOS BÁSICOS

Es importante que delimitemos de forma adecuada la materia que vamos a analizar en este capítulo, para no correr el riesgo de una posible dispersión y demagogia que resultan tentadoras en relación con algunas de las cuestiones que analizaremos. La automatización de algunas tareas no debe ser confundida con lo que son los puestos de trabajo de una organización o una determinada profesión. Un puesto de trabajo se compone de múltiples tareas, algunas de las cuales pueden ser automatizadas. Esto es lo que vamos a comprobar al analizar las plataformas de empleo y trabajo. Y desde el principio debemos tener en cuenta que la creatividad, la capacidad de interacción con otras personas, la persuasión, la imaginación, etc, no van a poder ser automatizadas lo que va a provocar cambios en algunas profesiones pero no la desaparición de las mismas. Vamos a poder automatizar algunas tareas de esas profesiones pero no todas, básicamente las tareas que sean repetitivas³⁸¹.

Este cambio del que venimos hablando se encuadra en un nuevo concepto de economía, denominada de diferentes formas “economía colaborativa, economía social o solidaria, economía circular, economía funcional, economía verde, economía azul, economía de las soluciones, economía horizontal, economía de las plataformas, y economía de los trabajos ocasionales”³⁸².

Todos estos adjetivos hacen referencia a una situación en la que existe un uso compartido de bienes o servicios, de forma gratuita o mediando un precio³⁸³, a través de plataformas en línea. Esta definición permite

³⁸⁰ Sobre este punto podemos consultar a MESTRES DOMENECH, J.: “¿Cómo aprovechar el impacto positivo del cambio tecnológico en el empleo?”. En Informe Mensual número 398, febrero de 2016. Caixabank Research, p. 34.

³⁸¹ MORRÓN SALMERÓN, A.: “¿Llegará la Cuarta Revolución Industrial a España?”. En Informe Mensual número 398, febrero de 2016. Caixabank Research, p. 36.

³⁸² Todas estas denominaciones aparecen citadas en el Dictamen del CESE sobre el tema “La economía colaborativa y la autorregulación”. DOCE C 303 de 19 de agosto de 2016, p. 5.

³⁸³ Resulta de interés destacar la iniciativa FIWARE: es una plataforma, impulsada por la Unión Europea, para el desarrollo y despliegue global de aplicaciones de internet

excluir del concepto de economía colaborativa cierto tipo de prácticas que se pretenden acoger a ella, por ejemplo: la puesta en común de productos alimenticios o bienes de consumo perecederos; las mutualidades y cooperativas; el emprendimiento social; las actividades caritativas; la economía a la carta; la economía de la funcionalidad, más vinculada a la economía circular y la mera intermediación³⁸⁴. Por tanto, a través de la intermediación de una plataforma electrónica se ponen en contacto una pluralidad de predisponentes de bienes o servicios y una pluralidad de usuarios, resultando además que esta práctica no conduce a la propiedad de bienes ni a su copropiedad, sino a un uso o utilización compartidos.

En este contexto, las plataformas de empleo y/o trabajo se definen como un espacio web especializado, una herramienta tecnológica a través de la cual se realizan ofertas y demandas de servicios o actividades, pudiendo ser gratuita o remunerada, limitada o no a un determinado espacio geográfico y caracterizada por:

- Crear nuevos mercados, nuevas formas de participación de la ciudadanía, lo que contribuye a una mayor competitividad de las empresas.
- Actúan en mercados plurifacéticos con distintos niveles de control, aspecto que se plantea en algunos casos como un problema.
- Se benefician de los todos los efectos que tiene la “red”, el valor del servicio aumenta con el número de usuarios, con sus comentarios y opiniones.
- Se apoyan en las tecnologías de la información y la comunicación, así como en la innovación para desarrollar los modelos de negocio.
- Acumulan gran cantidad de datos, lo que puede aprovecharse para nuevos proyectos empresariales.
- Aumentan la oferta y por tanto, las posibilidades de elección de los consumidores³⁸⁵.

del Futuro. FIWARE intenta proveer de una arquitectura totalmente abierta, pública y libre así como de un conjunto de especificaciones que permita a los desarrolladores, proveedores de servicios, empresas y otras organizaciones desarrollar productos que satisfagan sus necesidades, sin dejar de ser abierta e innovadora. <https://es.wikipedia.org/wiki/FIWARE>. 1 de abril de 2017.

³⁸⁴ Dictamen del CESE “La economía colaborativa y la autorregulación” Ibidem, p. 6.

³⁸⁵ Para más información consultar Documento COM (2016) 288 final de 25 de mayo de 2016 “Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: Las plataformas en línea y el mercado único digital. Retos y oportunidades para Europa”, p. 3 y ss.

- Precisan de un marco regulatorio que aporte unidad, adecuación, racionalidad, y derechos y garantías para los usuarios. De manera que no existan tantas regulaciones como Estados miembros, lo que generaría confianza en el público en general.
- Requieren de una gran inversión en infraestructuras informáticas y de datos³⁸⁶.

Partiendo de estos conceptos básicos vamos a analizar en los epígrafes siguientes qué tratamiento está dando la Unión Europea a esta materia, qué aspectos legales precisan de aclaración y/o regulación, cuáles son los principales problemas que hasta la fecha se han planteado para los trabajadores incluidos en esta nueva forma de prestar un servicio o actividad, cuál es la situación actual en España y finalmente hacia dónde nos encaminamos en esta materia.

2. RESPUESTA DE EUROPA A ESTA NUEVA FORMA DE PRESTAR Y RECIBIR UN SERVICIO

2.1. ACTUACIÓN DE LAS INSTITUCIONES EUROPEAS

Como no podía ser de otra forma, la Unión Europea se ha manifestado sobre las cuestiones que estamos analizando. Diversas instituciones europeas han elaborado informes y dictámenes manifestando su parecer sobre esta nueva forma de trabajo. Entre ellos el Consejo Económico y Social, la Comisión Europea³⁸⁷, el Parlamento Europeo³⁸⁸ y el Comité de las Regiones Europeo³⁸⁹.

De forma particular la Comisión Europea ha proporcionado orientaciones sobre cómo aplicar la legislación ya vigente en la UE³⁹⁰:

³⁸⁶ Por ejemplo, se estima que se invertirán 50.000 millones de euros procedentes de fondos públicos y privados. Consultar Documento COM (2016) 180 final de 19 de abril de 2016. "Digitalización de la industria europea Aprovechar todas las ventajas de un mercado único digital".

³⁸⁷ Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: "Mejorar el mercado único: más oportunidades para los ciudadanos y las empresas". Documento COM (2015) 550 final de 28 de octubre de 2015.

³⁸⁸ Informe del Parlamento Europeo de 21 de diciembre de 2015, sobre la iniciativa "Hacia un mercado único digital" en <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A8-2015-0371+0+DOC+XML+V0//ES>. 2 de abril de 2017.

³⁸⁹ Dictamen sobre la Dimensión local y regional de la economía colaborativa. DOCE C 51 de 10 de febrero de 2016, p. 28.

³⁹⁰ Puede consultarse en http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-2001_es.htm. 2 de abril de 2017.

- Exigiéndose autorizaciones o licencias cuando sea estrictamente necesario, proponiendo que las plataformas colaborativas no estén sujetas a autorización cuando realicen solo una labor de intermediación entre los ciudadanos y los proveedores.
- En relación con lo anterior, las plataformas colaborativas no deberían tener responsabilidad por la información almacenada en nombre de los que prestan el servicio, salvo que se trate de servicios directamente prestados por dicha plataforma, por ejemplo, la responsabilidad por el pago de dicho servicio.
- Se debe garantizar por los Estados miembros que los consumidores finales tengan un alto nivel de protección frente a prácticas desleales.
- Los casos de particulares que prestan servicios de forma ocasional deben recibir un trato diferente respecto de aquellos que lo hacen de forma habitual, continuada en el tiempo, ya que los primeros no se pueden considerar trabajadores ya sea dependientes o autónomos.
- La legislación laboral aplicable en la actualidad es principalmente nacional por lo que serán en principio los Estados miembros los que fijen el concepto y requisitos para que exista una relación laboral, si bien se reconoce la importancia de la jurisprudencia europea en este punto, como posteriormente tendremos oportunidad de comprobar.
- Se debe fijar el adecuado sistema fiscal que incluya impuestos como los derivados del trabajo, impuestos sobre la renta, impuesto de sociedades y sobre el valor añadido.

Además, la Comisión Europea³⁹¹, haciendo referencia a un estudio elaborado por una Consultora Internacional³⁹², destaca los cinco sectores principales de la economía colaborativa que más crecimiento pueden llegar a tener:

- El préstamo entre particulares.
- La contratación de personal en línea.

³⁹¹ Documento COM (2015) 550 final de 28 de octubre de 2015. Op cit. Puede consultarse en <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015DC0550&rid=1>. 15 de abril de 2017.

³⁹² PwC: «The Sharing Economy», Consumer Intelligence Series, 2015 <https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharingeconomy.pdf>

- El alojamiento entre particulares.
- El sistema de coche multiusuario.
- Y el uso compartido de contenido multimedia³⁹³.

– En el sector del alojamiento podemos destacar varias iniciativas: Airbnb, Rentalia, Homeaway, Couchsurfing y Bedycasa. Son plataformas en las que se registran los propietarios de viviendas para ofrecer y compartir de forma temporal una habitación o la casa completa. Además, es posible que albergues, casas rurales y otros alojamientos turísticos ofrezcan sus alojamientos. Por la facilidad con que cualquier persona puede incluir su inmueble en estas redes colaborativas y el beneficio que los propietarios obtienen de esta actividad, se han firmado acuerdos de colaboración para la recaudación y el pago de impuestos

³⁹³ En la página web www.collaborativeconsumption podemos encontrar más de 1000 iniciativas registradas. Como se puede comprobar, cualquier ámbito de la vida cotidiana puede ser objeto de práctica de consumo colaborativo o participativo, tanto en lo que refiere a:

- la movilidad (carsharing, alquiler y uso compartido de vehículos, taxis, bicicletas y plazas de aparcamiento, carpooling o rellenar asientos vacíos de coches con otros pasajeros que vayan en la misma dirección),
- la eficiencia energética (uso compartido de equipamiento doméstico),
- la habitabilidad y los espacios de cultivo (alquiler de habitaciones, uso compartido de viviendas y de huertos urbanos y rurales),
- los negocios (coworking o compartir locales para oficina),
- las comunicaciones (plataformas para el móvil en la que los usuarios pueden comprar y vender bienes y servicios a personas que viven en una misma comunidad),
- el trabajo (microtarefas, contratar personas para encargos determinados, «solucionadores» a domicilio donde se adjudican al mejor postor tareas que van desde colgar cuadros a montar muebles por piezas),
- la cultura (bookcrossing y trueque de libros, promoción de intercambios culturales de jóvenes de diferentes países),
- la educación (comunidades digitales para aprender idiomas),
- el tiempo y las habilidades (bancos de tiempo),
- el ocio (compartir contenidos digitalizados),
- las finanzas (préstamos entre particulares, préstamos directos de particulares a pequeñas y medianas empresas, crowdfunding o financiación colectiva, crowdfunding for crowdbenefits),
- el turismo (experiencias gastronómicas en casas particulares y peer to peer de intercambio de alimentos),
- el arte, y también mercadillos de intercambio y regalo de ropa y objetos para niños, reparación y reciclaje de objetos, entre otras muchas iniciativas que se podrían añadir, pero cuyo análisis exhaustivo escapa de los objetivos del presente dictamen,
- impulsar la utilización de las energías renovables, al ser posible compartir el exceso de energía a través de las redes inteligentes.

entre las plataformas y las autoridades fiscales, en especial en París y Ámsterdam. En Ámsterdam, Barcelona, Londres y Berlín se ha creado un régimen de registro obligatorio de estos alojamientos y normas de limitación en el tiempo, con el objetivo de no perjudicar el alquiler a largo plazo e impedir el consiguiente aumento de los arrendamientos³⁹⁴. Se ha regulado pues la competencia que puede hacerse a los servicios de hospedaje, hostelería etc, y además se ha creado una fuente de ingresos para la Administración Pública a través de los impuestos.

– En el caso del transporte cabe citar Blablacar, Umcoche, Liftshare y Karzoo, son aplicaciones en las que se registran los propietarios de vehículos particulares que desean compartir las plazas libres en sus viajes (*carpooling*). En algunas de estas plataformas se pueden compartir los gastos de viaje, pero no se permite el cobro de importes con fines lucrativos. En estos supuestos parece pues que existe claridad en cuanto al tipo de relación que se establece, no ocurriendo lo mismo con el caso Uber, que además de lo anterior ofrece el servicio de desplazamiento con conductores profesionales haciendo de esta forma la competencia a otros medios de transporte públicos y privados principalmente³⁹⁵, y estableciendo, a pesar de la negativa de la mencionada empresa, auténticas relaciones laborales con esos profesionales que prestan el servicio³⁹⁶.

– Ejemplos de financiación colaborativa son la financiación mediante préstamo con remuneración de intereses, como Zopa y Auxmoney; la

³⁹⁴ Estos datos se encuentran recogidos en el Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre el tema “La economía colaborativa y la autorregulación”. Op. cit., p. 5.

³⁹⁵ Nos referimos al transporte en taxi. En estos días estamos conociendo a través de los medios de comunicación las manifestaciones que están realizando los taxistas de diferentes ciudades de España. 25 de abril de 2015.

³⁹⁶ Datos recogidos en el Dictamen del CESE “La economía colaborativa y la autorregulación”. Op. cit., p. 5. Además podemos destacar que “La justicia francesa ha propinado un fuerte varapalo a la economía colaborativa. Ha condenado a la plataforma Heetch (usada para compartir coche durante la noche) a pagar 441.000 a los taxistas, así como a asumir las costas y a abonar más de 200.000 euros de multa. La compañía llama a la movilización al medio millón de usuarios y el tema se mete en la campaña electoral”. En contra de sentencia se argumenta que “Heetch tiene 500.000 usuarios con una media de 23 años, que encuentran en esta plataforma un remedio para el transporte en horas de fiesta en los que no abundan los servicios públicos. Realiza 10.000 trayectos a la semana por un costo medio de 10 euros. Tampoco puede decirse que perjudique al sector del taxi, ya que los ingresos de sus 30.000 conductores ocasionales (con una media de 25 años de edad) rondan los 6.000 euros al año, que se destinan por lo general a cubrir el mantenimiento del vehículo. Los creadores de Heetch señalan asimismo que sus usuarios no son clientes de taxis y que su suspensión no generará más negocio para los taxistas”. En http://www.tendencias21.net/Fuerte-varapalo-de-la-justicia-francesa-a-la-economia-colaborativa_a43764.html. 2 de mayo de 2017.

financiación de capital con participación social en la empresa creada, como Fundedbyme y Crowdcube; la financiación con recompensa, como Kickstarter o Indiegogo; y, por último, la financiación a través de donativos, en la que no se acuerda ninguna contrapartida³⁹⁷.

En definitiva, la Comisión Europea busca transparencia y mejora de la información y el servicio a los consumidores, porque se parte de la base de que la economía colaborativa da lugar a una mayor variedad de servicios donde elegir y a precios más bajos para los consumidores; además brinda oportunidades de crecimiento a las empresas emergentes más innovadoras; aumenta el empleo y beneficia a los empleados al permitir horarios más flexibles, que van desde microempleos no profesionales hasta el emprendimiento a tiempo parcial³⁹⁸.

Un ejemplo de buena práctica en esta materia es la iniciativa llevada a cabo por la Comisión para crear una plataforma de resolución de litigios en línea a nivel de la UE. Esta iniciativa se puso en marcha el 15 de febrero de 2016 y se caracteriza por ofrecer una ventanilla única que permite a los consumidores y comerciantes de la UE resolver sus litigios en el caso tanto de las compras nacionales como de las transfronterizas. La plataforma es de fácil utilización, en ella los consumidores pueden cumplimentar el impreso de reclamación en la plataforma en tres sencillos pasos. Es una plataforma multilingüe y ofrece a los usuarios la posibilidad de llevar a cabo todo el procedimiento en línea. Además ofrece servicios de traducción para los casos de litigios

³⁹⁷ Datos recogidos en el Dictamen del CESE "La economía colaborativa y la autorregulación". Op. cit., p. 5. En cuanto a la satisfacción de los usuarios de estos servicios, se destaca en un artículo periodístico que "La economía colaborativa crece sin freno y sobre todo, entre los millenials. El barómetro Ulises elaborado el pasado mes por 20minutos mostró que uno de cada tres jóvenes de 18-24 años ha usado plataformas de consumo colaborativo, tanto para alojarse en otras ciudades como para desplazarse. Cosa distinta es la satisfacción que proporciona su uso. El último Panel de Hogares de la CNMC muestra un elevado grado de satisfacción con el servicio recibido, pero existen variaciones según la plataforma. Los viajes largos que facilitan compañías como BlaBlaCar resultan satisfactorios al 67,1% de sus usuarios, el mayor porcentaje en este tipo de servicios, por delante de los outlets online como Wallapop (60,9%), las plataformas de alojamiento tipo AirBnb (60,4%) y las de intercambio de tareas como Taskia o Guudjob (44,1%). En la cola de la tabla, los servicios de desplazamiento urbano; hasta un 18,5% de sus usuarios se declara "nada o poco satisfechos" con ellos. "Más que una mala noticia, es una confirmación de lo que ya sabíamos", explica Yuri Fernández, portavoz de Uber, una de las nuevas compañías de transporte de pasajeros (junto a Cabify) que opera en España. Pero esta incomodidad está provocada única y exclusivamente por la Ley Española de Transporte". Ver más en: <http://www.20minutos.es/noticia/2868466/0/satisfaccion-plataformas-colaborativas-informe-cnmc/#xtor=AD-15&xts=467263>, revista 20 minutos. 15 de abril de 2017.

³⁹⁸ Documento COM (2015) 550 final de 28 de octubre de 2015. Op cit., p. 20, 21.

entre partes radicadas en diferentes países europeos. Podría decirse que este sistema tiene una importante aceptación en toda Europa, ya que alrededor de 117 organismos de resolución alternativa de litigios de 17 Estados miembros están conectados a esta plataforma. La Comisión está trabajando con ellos para alcanzar una cobertura completa de todos los Estados y sectores tan pronto como sea posible. Este sistema se conoce con las siglas RAL (resolución alternativa de litigios), y ofrece una forma rápida y barata de solucionar los litigios, ya que la resolución dura un máximo de 90 días. Es un sistema alternativo y complementario a la resolución judicial pues no se sustituye la posibilidad de acudir a los tribunales, los cuales por otra parte, son sistemas más costosos y largos. La experiencia tanto de los consumidores como de los comerciantes europeos que han utilizado la resolución alternativa de litigios tiende a ser positiva³⁹⁹.

El resto de Instituciones Europeas también se han pronunciado sobre la materia, así el Comité de Las Regiones ha señalado que *“parecen estar surgiendo dos importantes categorías y cuatro modalidades diferentes de economía colaborativa”*. La primera categoría, sería la *“economía colaborativa en sentido estricto o economía a la carta, donde encontramos la llamada economía de acceso para las iniciativas cuyo modelo de negocio implica la comercialización de acceso a bienes o servicios, no su tenencia, es decir, un alquiler temporal y no una venta definitiva; y la economía de los trabajos ocasionales, basada en trabajos esporádicos realizados a través del mercado digital”*. La segunda categoría es la llamada economía de puesta en común, donde encontramos *“la economía inter pares, implican a los usuarios en el diseño del proceso de producción o convierten a los clientes en una comunidad; y la economía de puesta en común de los bienes de utilidad pública para aquellas iniciativas de propiedad o gestión colectiva”*⁴⁰⁰.

En estas modalidades de economía, el patrón económico clásico donde destaca el “homo oeconomicus” no nos serviría, no se distingue

³⁹⁹ El 70 % se mostró satisfecho por el modo en que se han tramitado sus reclamaciones mediante este procedimiento. Comunicado de Prensa de la Comisión Europea de 15 de febrero de 2016. Para más información puede consultarse el Reglamento 524/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 21 de mayo de 2013, sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo y por el que se modifica el Reglamento (CE) n. 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE (DOCE L 165 de 18 junio de 2013). Además de la Directiva 2013/11/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 21 mayo de 2013 relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo y por la que se modifica el Reglamento (CE) n. 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE. (DOCE L 165 de 18 de junio de 2013).

⁴⁰⁰ Dictamen sobre la Dimensión local y regional de la economía colaborativa. Op. cit., p. 29.

entre productores y consumidores. La economía colaborativa adopta el enfoque propio de las plataformas, según el cual uno de los principales motores de la comunidad reside en las relaciones, la reputación, la confianza social⁴⁰¹ y otros motivos no económicos⁴⁰². Estaríamos por tanto, ante una realidad donde los controles de calidad de los servicios prestados resultan fundamentales, ya que esa reputación o confianza puede verse perjudicada de forma fácil e inmediata por parte de los usuarios a través precisamente de una de las ventajas de este tipo de negocios como es el mercado digital y la tecnología. Esto debería evitar que las empresas con ánimo de lucro utilicen de forma abusiva las plataformas de empleo y trabajo y al mismo tiempo realicen prácticas ilegales respecto a la cobertura por ejemplo de la Seguridad Social del personal que empleen.

Es precisamente por esto, por lo que se impone la necesidad de una regulación sobre estas nuevas formas de trabajo. Regulación respecto de la cual podemos discutir su forma y contenido pero no la necesidad de su existencia. A nuestro entender, debería existir una regulación europea que proporcione un marco regulador sólido, que incluya orientaciones y asistencia jurídica adecuada, donde predomine el enfoque sectorial, se tenga en cuenta el tamaño de las iniciativas colaborativas que se creen, y se fijen garantías para las condiciones de empleo y trabajo de los trabajadores de la economía colaborativa. Este primer nivel regulatorio debería ser completado por la reglamentación y actuación de los entes nacionales, regionales y locales, todo de forma coordinada, aunque esta propuesta como veremos posteriormente no está exentas de debate. La economía colaborativa podría crear una nueva clase social, la colaborativa, que necesita garantías sociales y económicas⁴⁰³ en todos los niveles posibles.

Por su parte, el Parlamento Europeo⁴⁰⁴, solicita a la Comisión que re-

⁴⁰¹ Puede consultarse T. Wagner, M. Kuhndt, J. Lagomarsino, H. Mattar, Listening to sharing economy initiatives, 2015. Nesta & Collaborative Lab, Making sense of the UK collaborative economy, 2014. Gehrig, T., y Jost, P. J. (1995), "Quacks, lemons, and self regulation: A welfare analysis", Journal of Regulatory Economics, 7(3), 309-325.

⁴⁰² Dictamen sobre la Dimensión local y regional de la economía colaborativa. Ibidem, p. 28.

⁴⁰³ Así se ha puesto de manifiesto también por el Comité Europeo de las Regiones.

⁴⁰⁴ En particular "considera que alcanzar un mercado único digital, basado en un conjunto común de normas podría fomentar la competitividad de la UE, tener efectos positivos en el crecimiento y el empleo, relanzar el mercado único y hacer que la sociedad sea más integradora, ofreciendo nuevas oportunidades a los ciudadanos, a las empresas [...], oportunidades de creación de empleo, crecimiento económico, competitividad, un mercado de trabajo más inclusivo y una economía europea más circular

vise si la normativa europea ya existente, en particular la referida al derecho de competencia, es suficiente para atender a estas nuevas realidades que estamos contemplando, o si por el contrario debe crearse una regulación nueva y específica. En esta regulación se debe destacar y subrayar, según el Parlamento Europeo, que la responsabilidad limitada de los intermediarios es esencial para la protección del carácter abierto de internet, los derechos fundamentales, la seguridad jurídica y la innovación⁴⁰⁵. El Parlamento, además pide a los Estados miembros que *“garanticen que las políticas de empleo y sociales se adecúan a la innovación digital, el emprendimiento y el crecimiento de la economía colaborativa y su potencial de creación de formas más flexibles de empleo, y que evalúen la necesidad de modernizar la legislación social y laboral, de modo que los derechos laborales y los sistemas de bienestar social existentes puedan preservarse también en el mercado de trabajo digital; destaca que la prestación de protección social es competencia de los Estados miembros; pide a la Comisión que determine y favorezca el intercambio de buenas prácticas en la UE en dichos ámbitos y a escala internacional”*⁴⁰⁶.

Estamos pues ante una encomienda de regulación a la Comisión Europea y a los Estados miembros, que no impide, a nuestro entender, formas de autorregulación que puedan existir en alguno de estos Estados miembros, como es el caso de los códigos de conducta.

2.2. AUTOREGULACIÓN DE LAS PLATAFORMAS COLABORATIVAS

Parece evidente que cualquier intento por evitar que la economía colaborativa se desarrolle e implemente en cualquier Estado, es vano y casi quimérico. Esta realidad existe en nuestros días, se ha desarrollado a pesar de la ausencia de regulación y sólo nos queda hacer que ésta última atienda a un escenario creciente y no a su prohibición. De ahí que las Instituciones Europeas se hayan pronunciado en el sentido descrito en el epígrafe anterior, y de ahí también que los Estados miembros

a través de un uso más eficiente de los recursos, las capacidades y otros activos; insta a la Comisión y a los Estados miembros a que respalden un mayor desarrollo de la economía colaborativa especificando los obstáculos artificiales y la legislación relevante que dificulta su crecimiento”. Informe del Parlamento Europeo sobre la iniciativa “Hacia un mercado único digital” A8-0371/2015 de 21 de diciembre de 2015, p. 9, puede consultarse en <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A8-2015-0371+0+DOC+PDF+V0//ES>. 20 de abril de 2017.

⁴⁰⁵ Informe del Parlamento Europeo, sobre la iniciativa “Hacia un mercado único digital”. Op. cit. p. 22.

⁴⁰⁶ Informe del Parlamento Europeo, sobre la iniciativa “Hacia un mercado único digital”. *Ibidem*, p. 23.

y los ciudadanos en general debamos intentar dotar de algunas reglas al juego de esta economía y no acudir necesariamente a la justicia para su limitación y/o prohibición. En este contexto tienen su cabida los Códigos de Conducta como complemento del Derecho positivo (Hard Law).

Sobre este punto, el CESE⁴⁰⁷ insiste en la importancia de dejar espacio a esta autorregulación, además de que ni las instituciones europeas ni las autoridades nacionales deban definir el contenido de estos códigos de autorregulación, dejando así a las partes discreción para ello, de manera que se creara un marco de autorregulación sólido.

Entre estos Códigos, podemos citar el Código de Conducta de Sharing España, asociación de empresas de economía colaborativa⁴⁰⁸, en el cual se fijan 13 principios y valores que se comprometen a cumplir todas las plataformas asociadas, en total unas treinta, basados en 5 pilares básicos: la promoción de la economía colaborativa; la honestidad, integridad y confianza; la seguridad y atención eficaz; la cooperación con las Administraciones Públicas; y la divulgación de esta materia. Esos principios y valores son⁴⁰⁹:

1. Trabajar activamente para informar de los beneficios de la economía colaborativa a la sociedad en su conjunto y a sus usuarios.
2. Promover y apoyar a los usuarios como agentes activos y representativos de la economía colaborativa y de la sociedad civil ante los poderes públicos y el resto de agentes sociales, ayudando a la comunidad de usuarios a constituirse en legitimador de este fenómeno y de su crecimiento.
3. Defender activamente los diferentes roles que los usuarios pueden desempeñar en la economía colaborativa como agentes productores, microempresarios o partícipes en modelos sin ánimo de lucro.
4. Actuar de forma honesta e íntegra especialmente en cuanto a los derechos de los usuarios, para favorecer un entorno de confianza en la economía colaborativa.

⁴⁰⁷ Datos recogidos en el Dictamen del CESE “La economía colaborativa y la autorregulación”. Op cit., p. 5.

⁴⁰⁸ Esta noticia puede consultarse en <http://www.elmundo.es/economia/2016/02/19/56bd00b1ca4741760e8b462a.html>. 2 de mayo de 2017.

⁴⁰⁹ Más información en <http://www.sharingespana.es/sharing-espana-lanza-el-codigo-de-principios-y-buenas-practicas-de-plataformas-colaborativas/> 2 de mayo de 2017.

5. Colaborar con los usuarios, las plataformas y cualesquiera organizaciones interesadas en promover buenas prácticas profesionales que contribuyan a generar un entorno responsable, abierto, seguro y transparente de actividad.
6. Promover el desarrollo de sistemas de reputación y confianza eficientes y veraces.
7. Facilitar procedimientos adecuados de atención a los usuarios que resulten eficaces para favorecer su experiencia, debiendo los miembros para ello presentar su información de contacto en sus plataformas de manera visible.
8. Promover sistemas de resolución de controversias internos o externos, y accesibles.
9. Fomentar que los usuarios ofrezcan bienes y servicios colaborativos con los mayores niveles posibles de calidad, seguridad y confianza.
10. Reforzar vías de cooperación con las Administraciones Públicas para promover una buena comprensión de la economía colaborativa que facilite el desarrollo de una normativa proporcionada y de unas políticas innovadoras, que permitan el desarrollo de este nuevo fenómeno socioeconómico en beneficio del usuario y del interés general, velando por la adaptación de la legislación a la realidad social.
11. Garantizar el cumplimiento de los principios previstos en el presente Código, determinando cada miembro de acuerdo con sus políticas internas y mejor juicio la forma de aplicarlos, para lo que podrán contar con el asesoramiento de Sharing España, de sus miembros, o de cualquier otra organización que pudiera tener experiencia en el ámbito de la economía colaborativa.
12. Divulgar el presente Código y las buenas prácticas contenidas en el mismo, de acuerdo con las políticas internas de cada empresa.
13. Mantener actualizado el presente Código de Conducta y someterlo a una evaluación periódica y, en su caso, a las necesarias revisiones.

En resumen, difusión de beneficios, definición de roles de los sujetos participantes, transmisión de buenas prácticas, atención a la reputación y confianza generada en los usuarios presentes y futuros, agilización de la resolución de controversias y el desarrollo de una normativa adecuada, son los temas clave en la materia que estamos estudiando.

3. ASPECTOS PENDIENTES DE REGULACIÓN

Una vez determinada la necesidad de regulación y/o autoregulación, debemos señalar aquellos aspectos de las relaciones que se producen en el marco de la Economía Colaborativa, que más urgen ser tratadas. En este sentido, planteamos las siguientes.

– La oportuna legislación laboral aplicable. Es importante, en especial desde nuestro punto de vista, determinar qué legislación laboral resulta aplicable y fijar los aspectos fundamentales que deben ser regulados de forma diferente, en especial toda la legislación laboral que protege a los trabajadores y tanto la de dimensión europea como la nacional, regional y local de cada Estado. De especial importancia es que se distinguan las situaciones de aquellos trabajadores que no mantienen una relación laboral efectiva con la plataforma y que actúan como autónomos, y la de aquellos que puedan ser considerados trabajadores por cuenta ajena, o falsos autónomos incluso⁴¹⁰.

La Comisión Europea considera que existe relación laboral y subordinación cuando *“... el prestador del servicio debe actuar bajo la dirección de la plataforma colaborativa, que determina la elección de la actividad, la remuneración y las condiciones laborales. En otras palabras, el prestador del servicio subyacente no es libre de elegir qué servicios prestará ni cómo los prestará. Cuando la plataforma colaborativa solo tramita el pago depositado por un usuario y lo pasa al prestador del servicio subyacente, esto no implica que la plataforma colaborativa está determinando la remuneración. La existencia de subordinación no depende necesariamente del ejercicio efectivo de la gestión o la supervisión de manera continua.*

⁴¹⁰ Cuando nos referimos a la legislación laboral estamos tratando: “La legislación laboral de la UE incluye Directivas que regulan los derechos y las obligaciones de los trabajadores. Se refieren a los límites del tiempo de trabajo, incluido el derecho a vacaciones anuales retribuidas, el descanso diario y semanal y la protección en caso de trabajo nocturno, así como a la información sobre las condiciones de trabajo individuales, los derechos de los trabajadores desplazados, la prohibición de discriminación de los trabajadores con formas atípicas de empleo (p. ej., a tiempo parcial, de duración determinada o trabajadores contratados por agencias de trabajo temporal), la protección en caso de insolvencia del empleador y la protección contra la discriminación por motivos protegidos como el sexo, el origen étnico o la orientación sexual. Incluyen también la protección en caso de despido colectivo, transferencia de empresas o fusiones transfronterizas. Se prevé la participación de los trabajadores –información y consulta, y la participación de los trabajadores en los consejos de administración en determinadas circunstancias. En el ámbito de la salud y la seguridad en el trabajo, hay principios generales relativos a la prevención de los riesgos profesionales y la protección de la salud y la seguridad de los trabajadores en el lugar de trabajo”. 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” Documento COM (2016) 356 final de 2 de junio de 2016, p. 13.

*[...] El prestador del servicio subyacente debe llevar a cabo una actividad de valor económico, que sea real y efectiva, exceptuando las actividades que se lleven a cabo a una escala tan pequeña que puedan considerarse meramente marginales y accesorias. [...] aunque la breve duración, la escasez de horas de trabajo, el trabajo discontinuo o la baja productividad no pueden excluir por sí mismos una relación de empleo. El criterio de la remuneración se usa principalmente para distinguir un voluntario de un trabajador. Por lo tanto, cuando el prestador no recibe una remuneración o recibe simplemente una compensación por los costes realizados para sus actividades, el criterio de la remuneración no se cumple*⁴¹¹.

Por tanto, una de las primeras cuestiones a fijar es si además del valor económico de la actividad o servicio, ésta se puede considerar marginal y accesorio, ya que en este caso no se aplicaría la oportuna legislación laboral. Esta marginalidad o accesoriedad no depende de la duración del servicio, de si es continua o discontinua, o si supone o no una mayor productividad.

En este sentido el Tribunal de Justicia de la Unión Europea ha declarado en reiterada jurisprudencia que no puede dejarse a la diversidad de las regulaciones nacionales algo tan importante como la definición de trabajador por cuenta ajena “ *el concepto de trabajador[...]no puede recibir una interpretación que varíe según los Derechos nacionales y debe definirse de acuerdo con criterios objetivos que caractericen la relación laboral teniendo en cuenta los derechos y deberes de las personas afectadas. Pues bien, la característica esencial de la relación laboral es la circunstancia de que una persona realiza, durante cierto tiempo, en favor de otra y bajo la dirección de ésta, determinadas prestaciones a cambio de las cuales percibe una retribución (véanse las sentencias de 3 de julio de 1986, Lawrie-Blum, 66/85, rec. p.2121, apartados 16 y 17, y de 13 de enero de 2004, Allonby, C-256/01, rec.p.I-873, apartado 67, así como, la sentencia de 20 de septiembre de 2007, Kiiski, C-116/06, rec. p.I-7643, apartado 25) Habida cuenta de las anteriores consideraciones, procede responder [...] que un empleo temporal ejercido durante dos meses y medio por un nacional de un Estado miembro en el territorio de otro Estado miembro del que no es nacional le puede conferir la condición de trabajador en el sentido del artículo 48 del Tratado siempre que la actividad por cuenta ajena desempeñada no tenga un carácter meramente marginal y accesorio*”⁴¹².

⁴¹¹ Documento COM (2016) 356 final de 2 de junio de 2016. Op. cit., p. 14.

⁴¹² STJCE 232/09 DANOSA Dita Danosa y LKB Līzings SIA, de 11 de noviembre de 2010. STJCE C-413/01 Franca Ninni-Orasche y Bundesminister für Wissenschaft, Verkehr und Kunst, de 6 de noviembre de 2003.

Tendremos pues que analizar cada caso concreto para poder determinar la existencia o no de subordinación y los hechos objetivos que concurren. Todo ello, debe ser apreciado por el Juez o Tribunal Nacional que es el competente para determinar finalmente si existe o no relación de subordinación, una vez aclaradas las cuestiones prejudiciales que puedan plantear al Tribunal Europeo. Estas consideraciones del Tribunal Europeo nos devuelven pues a la diversidad de respuestas judiciales que pueden existir en relación con esta materia, si bien existe un marco general prefijado a nivel europeo que precisa la necesidad de que concurren actividades reales y efectivas, por un tiempo determinado y a cambio de una remuneración.

– Otro de los aspectos que precisa regulación o autoregulación es la clarificación de los derechos sociales de estos trabajadores: el derecho a la negociación colectiva, el derecho de asociación, sindicación, huelga, etc, ya que la existencia de una plataforma tecnológica con medio de puesta en contacto de prestador y receptor del servicio o actividad, no debería suponer la no aplicación y garantía de Derechos Fundamentales como pueden ser la Libertad Sindical o el Derecho de Huelga. Básicamente porque a través del ejercicio y puesta en práctica de estos derechos, especialmente el derecho de Libertad Sindical, pueden identificar los interlocutores válidos para esa autoregulación.

– El tercer aspecto fundamental a regular son las cualificaciones profesionales de los empleados. Como ha señalado la Comisión Europea, *“la demanda de empleados con cualificaciones digitales crece en torno a un 4 % anual. La escasez de profesionales de las TIC en la UE podría alcanzar los 825. 000 puestos vacantes de aquí a 2020 si no se adoptan medidas firmes. La UE ha visto mejorar las capacidades digitales básicas de sus ciudadanos (que pasaron del 55 % al 59 % de la población), pero aún queda un largo camino por recorrer. También es necesario incrementar los niveles de las cualificaciones digitales de los trabajadores en todos los sectores de la economía y entre los demandantes de empleo para mejorar su empleabilidad. Es necesario cambiar la manera en que los sistemas de educación y formación se adaptan a la revolución digital”*⁴¹³. Esta es

⁴¹³ Para más información puede consultarse Comunicado de Prensa de la Comisión Europea de 4 de marzo de 2013 sobre la Gran Coalición para el empleo digital. En este sentido, la Comisión ha pedido compromisos en los siguientes ámbitos clave: 1.- Formación y adecuación de los cursos para empleos en el área digital – para que las cualificaciones que las personas obtienen sean las que las empresas necesitan. 2.- Movilidad–ayudar a las personas con cualificaciones a obtener empleo donde son necesarias, para evitar la falta o los excedentes de mano de obra en las diferentes poblaciones y ciudades. 3.- Certificación – facilitar el proceso de probar a un empleador las cualificaciones poseídas, independientemente del país. 4.- Sensibilización – para que las perso-

una de las cuestiones donde más se puede incidir para la mejora del empleo de los más jóvenes, ya que este colectivo ha demostrado mayor facilidad de adaptación a las TIC, sin que esto signifique olvidar a aquellos desempleados de mayor edad. En el caso de España tenemos dos grandes grupos de trabajadores en situación de mayor riesgo para entrar, mantenerse o volver al mercado de trabajo, nos referimos a los jóvenes cuya tasa de desempleo en el primer trimestre de 2017 ha sido de 41,66% mientras que la media nacional es del 18,75% y a los mayores, de 55 o más años, que tienen una tasa de desempleo del 15,56%.

– Otra cuestión importante, es sin duda la regulación de los aspectos fiscales de mayor importancia, para que no resulte que estas actividades no estén sujetas a ningún régimen impositivo o a uno inferior respecto de otras actividades y servicios profesionales que ya están cumpliendo y abonando los aspectos fiscales⁴¹⁴.

– Como ya hemos destacado, también es necesario determinar qué derecho a la competencia les resulta aplicable, de manera que la competencia sea leal y se luche contra los monopolios y las prácticas contrarias a la misma. En este sentido la Comisión Europea señala que es necesario regular y clarificar las prácticas de bloque geográfico, para evitarlas pues vienen a perjudicar las actividades y servicios transnacionales. Estas prácticas suponen que los consumidores no puedan acceder a los servicios de Estados diferentes a los que residen lo que dificulta el funcionamiento del mercado interior y el libre acceso que garantiza la UE⁴¹⁵.

nas sepan que el sector digital ofrece carreras gratificantes e interesantes, tanto para los hombres como para las mujeres. 5.- Aprendizaje y enseñanza innovadoras – con el fin de que nuestros sistemas de enseñanza y formación se generalicen y mejoren para dar a un mayor número de personas las cualificaciones necesarias para tener carreras de éxito.

⁴¹⁴ Por normativa fiscal se entiende a estos efectos “[...] las normas sobre la renta de las personas físicas, el impuesto de sociedades y el impuesto sobre el valor añadido”. La Comisión Europea destaca como ejemplo, “en el sector del alojamiento, las plataformas facilitan el pago de las tasas turísticas en nombre de los prestadores de servicios. Hay también casos en los que las autoridades fiscales utilizan la rastreabilidad permitida por las plataformas en línea para recaudar impuestos de prestadores individuales” Documento COM (2016) 356 final de 2 de junio de 2016. Op. cit., p. 15.

⁴¹⁵ El bloqueo geográfico se refiere a las prácticas utilizadas por razones comerciales por los vendedores en línea que dan lugar a la denegación del acceso a sitios web en otros Estados miembros. A veces los consumidores pueden acceder a la página web, pero aun así no pueden comprar productos o servicios de ella. También puede ocurrir que se reenvíe al consumidor a un sitio internet local de la misma empresa con diferentes precios u otros productos o servicios. En otros casos, cuando no se deniega la venta, se usan prácticas de localización geográfica a consecuencia de las cuales se aplican automáticamente diferentes precios sobre la base de dicha localización, por

– La protección de los datos y la privacidad de los participantes es otra materia a regular o concretar. En este sentido van a tener una especial consideración los supuestos en los cuales no es posible identificar un “proveedor o comerciante” del servicio y un cliente, porque ambos sean particulares que se relacionan a través de la plataforma para recibir o entregar un bien. La legislación europea sobre protección a los consumidores⁴¹⁶ distingue entre éste último y el comerciante que actúa con un propósito relacionado con su actividad económica. Esta legislación no se aplica entre consumidores, por lo que si no podemos identificar a un comerciante, porque ambos sean particulares que no actúan con el propósito de ejercer su actividad económica, no podremos acudir a la protección que se brinda al consumidor. Algunos elementos que tendremos que analizar para responder a esta cuestión son los que se relacionan con la frecuencia de los servicios, la existencia o no de un fin lucrativo, no meramente un precio o coste, y el volumen de negocio que se realice, pero siempre tendremos que analizar caso por caso para poder identificar o no la existencia de un comerciante⁴¹⁷. En definitiva, la unificación de algunas normativas, como indica la Comisión Euro-

ejemplo cuando los clientes de alquiler de coches en línea en un Estado miembro pagan más por el alquiler de automóviles idénticos en un destino concreto que los clientes en línea de otro Estado miembro. El bloqueo geográfico es uno de los distintos instrumentos utilizados por las empresas para segmentar los mercados con arreglo a las fronteras nacionales (restricciones territoriales). Al limitar las oportunidades y las posibilidades de elección de los consumidores, el bloqueo geográfico constituye una de las principales causas de insatisfacción de los consumidores y de fragmentación del mercado interior.” Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de Las Regiones “Una Estrategia para el Mercado Único Digital de Europa”. Documento COM (2015) 192 Final de 6 de mayo de 2015, p. 6.

⁴¹⁶ Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre los derechos de los consumidores, por la que se modifican la Directiva 93/13/CEE del Consejo y la Directiva 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y se derogan la Directiva 85/577/CEE del Consejo y la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo.

⁴¹⁷ En parecidos términos se expresa la Comisión Europea en el documento COM (2016) 356 final de 2 de junio de 2016, p. 10. Es fundamental en este sentido, la regulación que exista en cada Estado miembro. Como se cita por la propia Comisión en esta comunicación: Un estudio en curso de la Comisión sobre cuestiones relativas a los consumidores en la economía colaborativa presentará la legislación pertinente de los veintiocho Estados miembro. [La propia Comisión Europea destaca el caso de]: Una persona que ofrece regularmente servicios de jardinería –facilitados por plataformas colaborativas– y que intenta obtener una remuneración sustancial podría estar incluida en la definición de comerciante. Sin embargo, un canguro que presta servicios de jardinería de manera ocasional –facilitados por plataformas colaborativas– no reuniría en principio las condiciones para ser considerado un comerciante con respecto a los servicios de jardinería ocasionales.

pea es esencial: *“Una de las razones por las que los consumidores y las pequeñas empresas no participan más en el comercio electrónico transfronterizo se debe a que las normas aplicables a estas operaciones pueden ser complejas, poco claras y diferentes entre los Estados miembros. Disponer de 28 normativas contractuales nacionales de protección del consumidor distintas disuade a las empresas de participar en transacciones transfronterizas e impide que los consumidores se beneficien de ofertas más competitivas y de toda la gama de ofertas en línea”*⁴¹⁸.

– La responsabilidad de las plataformas en los negocios celebrados entre los socios y la legalidad de sus ofertas⁴¹⁹ es una de las materias de mayor calado. En este sentido, la Comisión Europea considera que *“los Estados miembros solo pueden imponer requisitos reglamentarios a las plataformas colaborativas que ofrecen tales servicios de forma transfronteriza desde otro Estado miembro en circunstancias limitadas y sujetos a un procedimiento específico”*⁴²⁰. Esta declaración de la Comisión Europea se produce en relación con el contenido de los artículos 2 y 3 de la Directiva sobre el comercio electrónico⁴²¹, que fijan la posibilidad de intervención y limitación por parte del Estado miembro sólo cuando exista amenaza o riesgo serio y grave de alteración del orden público, protección de la salud pública, la defensa y seguridad nacional y la protección de los consumidores, siempre realizando una intervención proporcionada al objetivo perseguido. Esta responsabilidad de la plataforma también dependerá del nivel de implicación de dicha plataforma con el prestador del servicio y con el servicio en sí mismo, es decir, tendremos que analizar si la plataforma fija las condiciones de la relación que se inicia como el precio final de dicho servicio o si por

⁴¹⁸ Documento COM (2015) 192 Final de 6 de mayo de 2015. Op. cit., p. 4. En este documento se indica que *“Los consumidores de la UE podrían ahorrarse 11 700 millones EUR anuales si pudieran elegir dentro de una gama completa de bienes y servicios de la UE a la hora de hacer compras en línea. El 61 % de los consumidores de la UE no recela a la hora de comprar a través de internet de un minorista situado en su propio Estado miembro, mientras que solo un 38 % confía al comprar en otro Estado miembro de la UE. Solo el 7 % de las PYME de la UE realizan ventas transfronterizas”*, p. 4. Además de todo lo anterior, puede consultarse el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE. DOCE L 119 de 4 de mayo de 2016.

⁴¹⁹ Estos y otros aspectos aparecen citados en el Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre el tema *“La economía colaborativa y la autorregulación”*. Op. cit. pp. 8 y 9.

⁴²⁰ Documento COM (2016) 356 final de 2 de junio de 2016. Op. cit., p. 6.

⁴²¹ Directiva 2000/31/CE de 8 de junio de 2000. DOCE L 178 de 17 de julio de 2000.

el contrario se limita a recomendar un precio que es fijado finalmente por el prestador del servicio; si la plataforma asume o no los gastos del servicio, si existe relación laboral alguna entre dicha plataforma y el prestador del servicio, etc.

– Otro aspecto importante para los consumidores son los costes del servicio, del envío, etc Como pone de manifiesto la Comisión Europea: *“Unos servicios de envío transfronterizos y de alta calidad a precios asequibles pueden aumentar la confianza de los consumidores en las transacciones transfronterizas en línea. Las partes interesadas se quejan de la falta de transparencia, los costes excesivos de los pequeños envíos y la falta de interoperabilidad entre los diferentes operadores que suelen participar en los envíos transfronterizos, con la consiguiente incomodidad para el consumidor final”*⁴²².

– Por último destacar el seguimiento y evaluación de estas prácticas. La Comisión Europea ha considerado que *“Los instrumentos de seguimiento incluirán: 1. Encuestas periódicas a consumidores y empresas sobre la utilización de la economía colaborativa. 2. Seguimiento continuo de las evoluciones reglamentarias en los Estados miembros. 3. Diálogo entre las partes interesadas en el marco del Foro del Mercado Único con dos foros anuales para evaluar la evolución del sector sobre el terreno e identificar las buenas prácticas. 4. Los resultados del seguimiento de la economía colaborativa se resumirán en el Cuadro de Indicadores del Mercado Único”*⁴²³.

4. ALGUNOS APUNTES SOBRE REGULACIONES NACIONALES APLICABLES EN LA MATERIA

Después del examen de lo que es la Economía colaborativa y la necesidad de su regulación, nos interesa conocer cuál es el punto en el que se encuentra actualmente España a los efectos de desarrollar esta nueva forma de trabajo. En este sentido, debemos decir que España no cuenta con una regulación adecuada a la materia que analizamos. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ha realizado una consulta pública en el marco de las funciones que tiene atribuidas, partiendo de la idea de que el desarrollo de las tecnologías han dado lugar durante los últimos años al desarrollo de nuevos modelos de consumo. Buen ejemplo de ello, es el desarrollo del comercio electrónico de bienes y servicios (libros, música, viajes, ropa, etc.), que

⁴²² Documento COM (2015) 192 Final de 6 de mayo de 2015. Op. cit., p. 6.

⁴²³ Documento COM (2016) 356 final de 2 de junio de 2016. Op. cit., p. 17.

ha llegado en pocos años a convertirse en algo habitual en el día a día de millones de consumidores. Un ámbito sobre el que esta irrupción tecnológica está teniendo un fuerte impacto es en la llamada economía colaborativa⁴²⁴. Este fenómeno de la economía colaborativa ha conllevado la aparición de nuevas plataformas profesionales que utilizan las ventajas de internet para proporcionar a los consumidores servicios más atractivos, más variados, respecto de los cuales se dispone de más información, hay menores costes de transacción, aunque también es cierto como ya hemos dicho anteriormente, que la regulación actual resulta insuficiente.

Por esto último, la CNMC ha realizado un estudio para fijar una serie de recomendaciones a partir de las cuales podamos regular esta materia. En este estudio se ha partido del examen de dos sectores importantes: el transporte y el alojamiento. Este estudio comienza con una fase de consulta pública en la cual se recogen las principales opiniones de los sujetos afectados. Para contar con estas aportaciones de la manera más ágil y eficaz posible se ha puesto a disposición pública una página web a través de la cual se crea un espacio abierto para recibir información sobre las cuestiones planteadas⁴²⁵. Esta consulta pública se ha centrado en los objetivos a perseguir si se regula esta materia, en los efectos que se producen para los consumidores, etc. Un aspecto importante antes de entrar en el examen de las ventajas e inconvenientes de las plataformas que estudiamos, es diferenciar entre ellas. Así podemos distinguir dos grupos diferentes de plataformas:

1) Las plataformas que surgen como nexo de unión entre consumidores y otros usuarios que, gracias a la plataforma, acaban desempeñando una actividad profesional con ánimo de lucro. En este tipo de plataformas, un usuario ejerce una actividad económica remunerada, por ejemplo, algunas plataformas, a través de las cuales un sujeto consigue contratar con clientes, asumiendo una actividad similar a la de un taxi.

2) Por otro lado, se encuentran otras plataformas que posibilitan una cooperación entre distintos usuarios, los cuales efectúan una utilización más eficiente de un bien o servicio concreto. En este supuesto no existe un sujeto que se encuentre desempeñando una actividad profesional, lo que se produce es realmente un consumo colaborativo en sentido estricto, se disponen de determinados recursos de forma com-

⁴²⁴ Puede consultarse en <https://www.cnmc.es/ambitos-de-actuacion/promocion-de-la-competencia/consultas-publicas>. 10 de junio de 2017.

⁴²⁵ Consultarse en <https://www.cnmc.es/ambitos-de-actuacion/promocion-de-la-competencia/consultas-publicas>. 10 de junio de 2017.

partida y cuando se produce un pago es para compensar los gastos que genera ese uso compartido, para mantener el bien. En este segundo grupo podemos citar la actividad conocida como carpooling (vehículo compartido). El problema es que la regulación existente en muchas ocasiones no recoge esta diferenciación, y actividades del primer tipo de plataformas pueden ser tratadas como actividades propias de la segunda tipología, surgiendo situaciones de posible competencia desleal, falta de calidad, etc.

En este contexto, algunas de las preguntas realizadas por la CNMV en la consulta pública son las que se indican a continuación con su correspondiente respuesta.

1. ¿Existe alguna otra regulación relevante de los sectores planteados que no haya sido descrita?
2. ¿Qué problemas cree que plantea la regulación de estos sectores?

Respuestas recibidas a la pregunta 1.

- Sería conveniente tener en cuenta el marco regulatorio existente en Portugal en relación con el alojamiento. *“De acuerdo con el Secretario de Estado para el Turismo en Portugal, Adolfo Mesquita “no se trata de frenar, o prohibir, ni impedir” porque “es un producto que tiene su lugar en el mercado y tiene que competir con el resto de ofertas de alojamiento por sus características.” El Secretario de Estado del Turismo en Portugal, hizo hincapié en que los turistas saben muy bien lo que quieren y saben muy bien buscar lo que quieren, no hay necesidad del Estado como niñera para ayudar a explicar los distintos tipos de oferta”*⁴²⁶.
- En España, por las consecuencias de la primavera árabe en 2010/11, el turismo ha experimentado un crecimiento. Este crecimiento nos muestra que los mercados son dinámicos y que se adaptan a los cambios, por ejemplo en Lisboa o Ámsterdam se está regulando esta materia para que continúen siendo permitidas las viviendas de uso turístico. El consumo colaborativo aporta muchos beneficios a la sociedad y para que estos beneficios se puedan revertir a la sociedad hay que incidir en las iniciativas locales⁴²⁷.

⁴²⁶ Consultarse en <https://www.cnmv.es/ambitos-de-actuacion/promocion-de-la-competencia/consultas-publicas>. 10 de junio de 2017.

⁴²⁷ A nivel local, tenemos varias iniciativas que hacen hincapié en este aspecto local. Empresas como @socialcar que pone en contacto a personas que pueden alquilar sus coches o @Wesmartpark que ponen a disposición sus plazas de garaje cuando están libres muestran todas las bondades de esta nueva forma de ver la economía. Son ini-

En este sentido, no es baladí fijar los posibles problemas que se generan cuando existen diferentes niveles de competencias según nuestra norma suprema⁴²⁸, un ejemplo lo tenemos en el caso del transporte urbano, pues procede hacer referencia a la Sentencia de 27 de junio de 1996 del Tribunal Constitucional, que declaró nulos varios artículos de la Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres, al considerar que la regulación por el Estado de los transportes urbanos comportaba una extralimitación competencial. Esto explica, por ejemplo, que las licencias para ejercer la actividad de taxi o VTC sean municipales. Asimismo, la normativa autonómica es relevante, como sucede en Madrid en el caso de los alojamientos turísticos, pues, el Decreto 79/2014 por el que se regulan las viviendas de uso turístico de la Comunidad de Madrid, afecta a las actividades calificadas como de consumo colaborativo en lo que respecta a este sector, existiendo normas similares en otras comunidades autónomas⁴²⁹.

ciativas locales ya que son empresas creadas en España, que ponen en contacto a particulares para aprovechar esos bienes infrautilizados y por los que esos particulares obtienen un rendimiento económico del período en que ese bien no se utiliza.

⁴²⁸ En lo que respecta al sector del alojamiento colaborativo en España, como consecuencia de la modificación de la LAU mediante la Ley 4/2013, de 4 de junio, de medidas de flexibilización y fomento del mercado de alquiler de viviendas, la competencia para la regulación de las viviendas de uso turístico fue asumida por las Comunidades Autónomas. Desde entonces han surgido numerosas normativas autonómicas que imponen restricciones de acceso al mercado de alojamiento turístico. Conclusiones Preliminares sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa. En <https://docs.google.com/document/d/1n65MjUaTmRLuZCqTtlqyWvobVqreR-iAzzs-1mhxy2y0/edit#> 10 de junio de 2017.

⁴²⁹ Citar además que la actividad de “estas empresas de arrendar automóviles con chófer se reviste con una artificiosa apariencia de que se comparte coche, cuando no es así. Cabe aludir a este respecto, que el propio Ministerio aclaró que existía una distinción entre dicha actividad, y la de compartir gastos a través de carpooling, que sí consideró legal. Por otro lado, encontramos asimismo un Plan de Medidas Urgentes de Ahorro y Eficiencia Energética de fecha de 4 de marzo de 2011, realizado por el Ministerio de Industria, a través del cual ha financiado proyectos que consisten en “sistemas de incremento del grado de ocupación del transporte privado (carpooling, car sharing, etc.)”. De esta manera, observamos en este caso una convalidación tácita del Gobierno en lo que se refiere a la validez de ciertas actividades de consumo colaborativo, como es el carpooling. Esto mismo lo podemos encontrar en la resolución de la SETSI de 14 de diciembre de 2011, en la cual otorga una ayuda económica para establecerse a una empresa de P2P car sharing. Asimismo, cabe traer a colación que, de hecho, el Ministerio firmó un acuerdo con AMOVENS para la difusión de esta práctica. Por último, podemos comprobar que ciertas entidades e instituciones públicas utilizan servicios para fomentar la utilización de automóviles compartidos. Por ejemplo, el caso del Gobierno Vasco, que cuenta con un portal para el uso del coche compartido, operado por AMOVENS”. Conclusiones Preliminares sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa. En <https://docs.google.com/document/d/1n65MjUaTmRLuZCqTtlqyWvobVqreR-iAzzs-1mhxy2y0/edit#> 10 de junio de 2017.

- En cuanto al sector de transporte por carretera de viajeros, nos encontramos con un marco normativo complejo en el caso de España (entre las que también se incluyen las normas de consumidores y usuarios, hacienda, seguridad social, trabajo, tráfico y seguridad vial), y donde existen además diferentes entes o instituciones con competencia en el sector (consorcios, institutos metropolitanos, etc). Es fundamental entender que la economía colaborativa no puede ser sinónimo de “economía sumergida”⁴³⁰. El ánimo de lucro, convierte cualquier modelo “colaborativo” en una actividad económica sujeta a normas imperativas del sector (en este caso del transporte) aunque se preste por plataformas digitales o internet⁴³¹.

⁴³⁰ Transcribimos la opinión de una persona directamente afectada en el sector del transporte. “No estoy de acuerdo en que se regule la actividad de empresas como UBER, ya que se enmascara como si fuese economía colaborativa, cuando la realidad es que están ejerciendo de taxistas cobrando por transportar a personas de un punto A a un punto B, en jornadas de 12 o más horas. Esto además de ilegal, es totalmente injusto para nosotros, los taxistas, ya que hemos tenido que pasar unos exámenes, obtener el carné de conducir BTP, pagar una licencia que en mi caso costó 200.000 euros, pagar mensualmente la cuota de autónomos, pasar cada 6 meses la ITV, Pagar un seguro especial, que en mi caso el importe es de 1.300 euros anuales, revisiones de taxímetro anualmente y pagar 60 euros por ello. Es una competencia totalmente desleal, no nos pueden cambiar las reglas del juego a mitad de partido. Si aún deciden regular empresas como UBER, que me paguen lo que me costó la licencia, y hagan lo que les de la gana, si no es así, tengan por seguro que habrán conflictos. No pueden hipotecarme mi futuro, no pueden jugar con el pan de mi familia”. En <https://www.cnmcc.es/ambitos-de-actuacion/promocion-de-la-competencia/consultas-publicas>. 10 de junio de 2017.

⁴³¹ Este cumplimiento de la Ley debe entenderse en sentido amplio: “Lo cierto es que la regulación a la que se somete al taxi prácticamente no se ha explicado pero por mencionar algunos aspectos podríamos destacar los siguientes: - La obligatoriedad de dedicación en exclusiva a la profesión de taxista no ha sido descrita. Su justificación radica en la seguridad de los pasajeros y del resto de usuarios de la vía. Por ejemplo, la empresa uber publicita su servicio como una manera de completar tus ingresos, es decir, que el conductor que se da de alta ya tiene un trabajo y después de su jornada laboral habitual pues se puede sacar un dinero extra haciendo de taxista. El problema radica en que esa persona, ya sea albañil, oficinista o cartero ya ha invertido sus horas de mayor capacidad física y mental en el desempeño de su profesión habitual por lo que en el momento en que se pone al volante ya no para su propio desplazamiento sino para transportar a otras personas es un peligro, si a esto le añadimos que la plataforma no exige un límite de horas pues puede darse el caso de personas que trabajen 8 o más horas en su trabajo habitual y otras 8, 10 o 12 conduciendo para uber. Estas personas, que quieren sacarse un dinero extra es muy fácil que por un simple caso de somnolencia acaben con su vida, las de sus pasajeros y la de otras personas que se encuentran en la vía pública y que en el caso de no existir esa opción de negocio no habría ocurrido. Está claro que a cualquiera le puede ocurrir algo así con su coche pero no es justo que a tí como pasajero te ocurra. Porque si el pasajero tuviese la información de que ese conductor que le está llevando es un albañil que como es autónomo y va corto de ingresos ha estado 12 horas trabajando en la obra y después se ha cambiado de ropa y lleva otras 8 horas trabajando conduciendo su coche llevando gente para sacarse unos ingresos extra pues como que no haría uso de sus servicios para ir al lugar X que está a 30km por

- Otro de los aspectos que está en el debate sobre la materia es el conocimiento de las tecnologías que tienen las personas de una determinada edad y que puede suponer una causa de exclusión de este tipo de economía. Por ejemplo, no es un servicio universal ya que quien no disponga de un smartphone con batería y de tarjeta de crédito no puede solicitar un coche, eliminando de la ecuación a la gente más mayor.

Respuestas recibidas a la pregunta 2: Problemas que plantea la regulación de estos sectores.

- El aumento de tarifas para solucionar los problemas del sector del alojamiento. Aunque teniendo en cuenta que la liberalización conllevaría tarifas más baratas a costa de la calidad, resintiéndose la calidad hacia el usuario y también la imagen de la ciudad si tiene turismo.
- Cuando alguien da un mal servicio en Uber/Blablacar/AirBnB, queda marcado y afectado para su uso futuro, mientras que mucho más difícil es hacer pagar a un taxista/empresa de autobuses/hotel por un servicio inadecuado, ya que requiere de farragosos trámites con la administración. En este punto nos estamos refiriendo a la ya comentada confianza y fidelización de clientes.
- Otro problema serían los plazos concesionales: *“¿cómo pretende la CNMC que se amorticen los activos adscritos a las concesiones si no es de acuerdo con el Plan General Contable? Si se reducen los plazos de vida concesional, se genera una ineficiencia mucho mayor por la pérdida de valor de los vehículos, que llegan al final de una concesión siendo útiles pero con escaso valor de mercado”*. Estamos pues ante un problema de rentabilidad de la inversión de aquellas personas que utilizan sistemas tradicionales para prestar un servicio.
- Se ha perdido una oportunidad fantástica de inversión de empresas hoteleras, *“se ha promovido la especulación inmobiliaria, se ha permitido que los derechos de unos primen sobre los de otros en aquellas propiedades sometidas al régimen horizontal. En definitiva:*

lo que pueda pasar. - La obligatoriedad de identificación externa de los vehículos como taxis tampoco se describe. En uber por ejemplo sus vehículos no llevan ningún tipo de distintivo y además lo cristales traseros son totalmente opacos por lo que no es posible ver su interior. Ésta situación dificulta las labores de las fuerzas de seguridad y facilita mucho la actividad de organizaciones criminales dedicadas a secuestros y extorsión como la de violadores y pederastas”. Consultarse en <https://www.cnmc.es/ambitos-de-actuacion/promocion-de-la-competencia/consultas-publicas>. 10 de junio de 2017.

se ha pretendido que el mercado se autorregulase manteniendo una carga obligacional en las empresas hoteleras que de facto les impedía competir contra un nuevo tipo de alojamiento que no tenía que cumplir con nada". Visto esto, los puntos más importantes, y a su vez más problemáticos, que tendrían que ser de especial atención a la hora de regular este sector serían el aspecto fiscal, laboral (el cumplimiento de las obligaciones laborales en aquellos casos en los que existe un trabajo por cuenta ajena o por cuenta propia para la explotación de activos infrautilizados), la protección de datos, el respeto a los derechos de los consumidores y usuarios (intercambio de bienes y servicios en plataforma P2P), el régimen de responsabilidad como ahora indicaremos (la figura del intermediario y su naturaleza jurídica) y la solicitud de autorizaciones y licencias (conurrencia de las empresas que desarrollan una economía colaborativa en sectores regulados).

- Desde la *Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos* (CEHAT) se considera que *“uno de los grandes retos a los que se enfrenta la futura regulación es la responsabilidad de las plataformas”*. Esto es sin duda uno de los hándicaps de la economía colaborativa realizada a través de plataformas, ya que actualmente se encuentran exentas de responsabilidad respecto al contenido que alojan, todo ello en base al artículo 16 de la Ley de Servicios de la Sociedad de la información. En este sentido, debemos destacar que esta exención de responsabilidad está siendo replanteada como puede comprobarse en la Sentencia del Tribunal de Justicia de la UE de 12 de julio de 2011, asunto C-324/09 L’Oréal SA y otros contra eBay International AG y otros, donde se declara responsable a eBay por las reventas realizadas de productos de la marca L’Oreal S.A, ya que eBay realizó una actuación (respecto al contenido que alojan) que no pueda calificarse de “neutra”.
- Se pueden crear barreras a los nuevos entrantes que eviten aprovechar las mejoras innovadoras, que ahorran costes, etc.
- Existe necesidad de inspección, control y sanción, para diferenciar entre lo que es un consumo o economía colaborativa en el que los particulares comparten gastos y/o realizan intercambios en servicios de transporte por necesidades particulares a través de plataformas digitales, y otra cosa bien distinta es que los particulares –tentados y alentados por los operadores gigantes o globales al estilo UBER o Blablacar– realicen con ánimo de lucro una actividad empresarial o profesional de servicio de transporte público

de viajeros, sin cumplir los requisitos exigidos por la normativa de transportes, sin la preceptiva autorización administrativa, sin las correspondientes obligaciones sociales, laborales y fiscales y en definitiva realizando una actividad sumergida e ilícita. Y en todo este proceso es necesario la escucha previa de las personas que forman parte de esos sectores donde se está desarrollando la economía colaborativa.

A pesar de todo esto, es innegable el peso de la economía colaborativa en España. El país es líder entre los miembros de la Unión Europea ya que el 6% de la población ofrece productos y servicios bajo este modelo, superando a la media continental que apenas se queda en el 5%. Las cifras no son muy altas pero pueden llegar a despuntar así en *“2015 generó unos ingresos brutos en la UE de 28.000 millones de euros, mientras que las estimaciones señalan a que se podría llegar a generar entre 160.000 y 572.000 millones de euros en un futuro”*⁴³².. Además, se estima que la cantidad de usuarios que utilizarán este modelo económico es de 150 millones de personas en los próximos 12 meses.

También en relación con las regulaciones nacionales, destacar el caso de Francia que se ha convertido en uno de los países europeos precursores en poner en marcha un marco legal y fiscal. Según la normativa francesa aplicable a los servicios o actividades desempeñados en el marco de esa economía colaborativa y a través de las plataformas

⁴³² http://www.abc.es/economia/abci-economia-colaborativa-modelo-imparable-espana-y-europa-201609090251_noticia.html. 9 de junio de 2017. En España podemos destacar las siguientes plataformas: 1. Relendo: Primera plataforma que permite el alquiler de productos entre personas que se encuentran en una misma zona. 2. AlterKeys: Conecta a particulares que tienen un lugar para alquilar con quienes están buscando hospedaje. 3. Spacebee: Permite reservar espacios de trabajo de cualquier tipo cuando otras empresas o profesionales no los están usando. 4. Trip4Real: Comunidad online para viajar acompañado de guías locales que mejoren la experiencia del viaje. 5. Traity: Ofrece a los usuarios utilizar su reputación en plataformas de economía colaborativa con el objetivo de generar confianza. 6. Zank: Plataforma de préstamos entre particulares. 7. Tutellus: Plataforma de formación online en español que conecta a profesores y alumnos a través de videocursos. 8. WeSmartPark: Red de parkings colaborativos lowcost. 9. Shippeer: Conecta conductores que viajan por España con personas que quieren un paquete ahorrando dinero en los envíos. 10. Amovens: Plataforma que combina compartir trayectos en coche y el alquiler de coches entre particulares. 11. Socialcar: Plataforma de alquiler de coches entre particulares. 12. Joinuptaxi: Ofrece la posibilidad de compartir taxi con otros usuarios. 13. AreaVan: Plataforma especializada en el alquiler de autocaravanas, caravanas y furgonetas camper entre particulares. 14. Compartir Tren Mesa Ave: Aplicación para compartir billetes de Ave baratos con la tarifa mesa de Renfe. 15. Letmespace: Permite buscar y compartir guardamuebles entre particulares. 16. Nautal: Alquiler de barcos entre particulares.

tecnológicas, a partir de un cierto nivel de ingresos obtenidos por el alquiler de una vivienda o de un coche, los particulares deberán darse de alta a la seguridad social y cotizar como cualquier otro trabajador. Lo que establece la norma francesa es que cuando una persona obtenga ingresos superiores a los 23.000 euros por el alquiler de un apartamento o vivienda, o más de 7.720 euros al año por alquilar cualquier bien como un coche, esta persona debe afiliarse a la seguridad social y pagar la cotización correspondiente. Por su parte, las plataformas colaborativas deberán asimismo gravar estas estancias⁴³³.

A diferencia de esto en España el régimen de autónomos varía. Como se ha señalado en un estudio comparativo entre ambos Estados⁴³⁴: *“Los autónomos en Francia no pagan impuestos durante el primer año de su actividad (cotizan a partir del segundo). En España se pagan desde el primer momento por el derecho a facturar aunque no llegues a hacerlo. Los impuestos en Francia se pagan si has obtenido ingresos. La cuota varía (12% de ventas comerciales; 21,3% de ventas en servicios y 18,3% para las profesiones liberales) y se pueden pagar mensual o trimestralmente. La media de ingresos por actividad colaborativa en España es de 10.000 euros anuales y muchas personas apenas llegan a 4.000 al año. Poner un coste fijo a los autónomos en España de 450 euros/mes (cuotas, gestorías, etc) supondría que casi ningún ciudadano podría asumir un coste que es más elevado que los ingresos”*.

Estamos pues ante regulaciones distintas en varios aspectos fundamentales que ponen de manifiesto la diferente filosofía económica desde la que es abordado el tema. En Francia, se intenta regular y dar continuidad a una actividad que cada vez tiene más interesados. En España, por el contrario, se está acudiendo a los Tribunales de Justicia para intentar prohibir este tipo de actividades económicas.

En el ordenamiento jurídico francés además, se contempla la figura del “Auto-entrepreneur”. Se trata de una persona que, estando en el desempleo o trabajando por cuenta ajena, decide poner en marcha una actividad complementaria y facturar por ella⁴³⁵. Esta figura no existe

⁴³³ Información extraída de http://www.tendencias21.net/Francia-obliga-a-hacerse-autonomos-a-los-agentes-de-la-economia-colaborativa_a43508.html. 9 de mayo de 2017. Para más información consultar Belk, R. (2013), “You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online”, *Journal of Business Research* (nº 67).

⁴³⁴ Puede consultarse un artículo comparativo Francia-España elaborado en http://www.fidefundacion.es/sdigital/Espana-Francia-y-la-regulacion-de-la-economia-colaborativa_a3.html. 9 de mayo de 2017

⁴³⁵ Definición tomada de <http://www.serautonomo.net/ser-autonomo-en-francia.html>. 5 de mayo de 2017.

en España. En Francia, este colectivo “*está exento de cobrar el IVA en las facturas realizadas (aunque pagan IVA por productos para realizar la actividad empresarial); no se pueden desgravar IVA ni gastos de productos derivados de la actividad. El IRPF y la Seguridad Social se liquidan trimestralmente y se aplica un porcentaje sobre el volumen de negocio. Además la cotización a la Seguridad Social es equivalente a los servicios prestados*”⁴³⁶.

En el caso de España podemos encontrar un número importante de trabajos que no encajan bien en los costes señalados anteriormente, bien porque son esporádicos, bien porque son complementarios de otra actividad (trabajo, estudios, etc). Este tipo de trabajos se podrían incluir en esa figura del auto-entrepreneur, como es el caso del cuidado a mayores, a niños, clases particulares, algunas ayudas domésticas (colada), jardinería, pintura, etc.

En un estudio publicado por la Fundación para la Investigación sobre el Derecho y la Empresa se ha señalado que “[...] *una opción sería explorar la viabilidad de una nueva figura legal que podríamos llamar “ciudadano productor”, basada en la francesa de autoentreprenuer. El objetivo sería transformar a aquellas personas desempleadas, con una mentalidad tradicional y poco activa y que están fuera del mercado de trabajo, en ciudadanos productores digitales y proactivos dentro del esquema productivo, gestionando y aprovechando sus recursos propios (su casa, su coche, su energía, su talento y su producción gráfica). El público objetivo es muy claro: parados de larga duración con dificultades para entrar en el mercado laboral (por edad, básicamente), con experiencia profesional y capacidad para producir con sus recursos. Hablamos de unos 2.000.000 de parados de los cuales medio millón ya están en la economía colaborativa en España [...]*”⁴³⁷.

5. HACIA DÓNDE VAMOS

Parece que hacernos esta pregunta es fundamental. Principalmente si tenemos en cuenta el importante papel que Europa juega en esta materia, de manera que partiendo de la diversidad de ideologías políticas y económicas de los Estados miembros, sea la UE la que nos marque un camino sobre el que transitar, asumiendo que el camino no estará nunca completamente asfaltado ni completamente en construcción.

⁴³⁶ http://www.fidefundacion.es/sdigital/Espana-Francia-y-la-regulacion-de-la-economia-colaborativa_a3.html. 9 de mayo de 2017.

⁴³⁷ Puede consultarse en http://www.fidefundacion.es/sdigital/Espana-Francia-y-la-regulacion-de-la-economia-colaborativa_a3.html. 9 de mayo de 2017.

Si esta es la reflexión que en estos momentos procede⁴³⁸, deberíamos tener alguna información, alguna pincelada al menos, de cuáles son las opciones en las que puede encontrarse Europa en los próximos meses y años, y por tanto, con ella y de forma particular, la llamada economía colaborativa y las plataformas de empleo/trabajo.

Como decíamos en la introducción de este trabajo, Europa se enfrenta a *“una profunda digitalización de la sociedad que ya está desdibujando las diferencias entre los trabajadores por cuenta ajena y por cuenta propia, entre los bienes y los servicios o entre los consumidores y los productores. Gran parte de los empleos actuales no existían hace una década, y en los próximos años surgirán otros muchos. Es probable que la mayoría de los niños que comienzan la escuela primaria hoy acaben trabajando en nuevos tipos de empleo que no existen todavía. Los retos que plantean el mayor uso de la tecnología y la automatización afectarán a todos los empleos y sectores. Para lograr aprovechar al máximo las nuevas oportunidades y atenuar al mismo tiempo cualquier efecto negativo, se requerirá una inversión masiva en capacitación y un replanteamiento profundo de los sistemas de educación y de aprendizaje permanente. Asimismo, será necesario el despliegue de nuevos derechos sociales para adecuarse a la evolución del mundo laboral”*⁴³⁹.

Con todos los datos expuestos en este trabajo, podemos empezar a dibujar un escenario futuro aunque con alguna particularidad:

1. Si no se produce un cambio de rumbo drástico, Europa cumplirá con su plan de reformas y mejora económica común. Esto supone que el empleo/desempleo de calidad sigue siendo el objetivo fundamental para el año 2025, nueva frontera temporal que se marca Europa. Se invertirá más en infraestructuras digitales, tendremos control financiero y fiscal, ayudas económicas de importante calado, no exentas de control y rendición de cuentas a todos los niveles territoriales. Si todo sigue igual, lo lógico es que el comercio electrónico repunte, aunque según la Comisión Europea *“la entrega de productos enviados desde otro Estado miembro sigue resultando excesivamente cara”*⁴⁴⁰.

2. Si por el contrario, vamos restando los ámbitos en los cuales fijar una situación común entre todos los Estados miembros, en la UE *“aumentarán las diferencias en ámbitos como las normas en materia de consumo, sociales y medioambientales, así como en la fiscalidad y en el*

⁴³⁸ Junio de 2017. Fecha en la que se termina este trabajo.

⁴³⁹ Libro Blanco sobre el Futuro de Europa. Op. cit., p. 4.

⁴⁴⁰ Libro Blanco sobre el Futuro de Europa. Op. cit., p. 4.

uso de subvenciones públicas. Se genera con ello el riesgo de emprender una «carrera a la baja». También resulta difícil acordar nuevas normas comunes en materia de movilidad de los trabajadores o de acceso a profesiones reguladas. [...] implica que las diferencias de puntos de vista entre los Estados miembros sobre nuevos problemas que van surgiendo deben resolverse a menudo de forma bilateral, caso por caso”.

Hay por tanto, menos unión y más individualismo entre los Estados, cada uno con su criterio e ideología oportuna sobre la economía colaborativa y el trabajo en el seno de la misma. Hacer posible la Libre circulación de trabajadores y servicios es cada vez más difícil debido a los abundantes controles que efectúan los países y se dejan de garantizar por tanto los derechos relacionados con esa libre circulación (Seguridad Social, Asistencia sanitaria, etc.).

3. Podríamos tener una Europa de dos velocidades, donde los Estados se integren en dos grandes grupos, los que quieren avanzar y hacer más en común, los que apuestan por el nacionalismo. Los primeros colaborarían en asuntos fiscales y sociales, aportando seguridad a las organizaciones, a los trabajadores, y una mejora de las condiciones laborales. Además elaborarían *“un conjunto de normas para clarificar las cuestiones de propiedad y responsabilidad vinculadas al internet de las cosas”*⁴⁴¹.

4. Finalmente, se podrían fijar determinadas preferencias o materias en las cuales intervenir siendo la negociación y el alcance de acuerdos la norma general en estos ámbitos, por ejemplo en la innovación, el comercio, la seguridad, las condiciones laborales y de seguridad social, desarrollo de las TIC y de las plataformas de trabajo, protección de los consumidores, transparencia, etc.

6. CONCLUSIONES

1. Estamos en un terreno o espacio donde la “innovación” debe ser aplicada también a la regulación, a la normativa, y así permitir el modelo de la autoregulación, del código propio de cada sector productivo, donde poder recoger las particularidades más importantes, las cuales están en continuo cambio, lo que supone que un cuerpo normativo de derecho positivo tradicional quedaría obsoleto en poco tiempo. Sería una innovación en cuanto al modelo legal y normativo.

2. Las nuevas plataformas se han generado a través de la puesta en común de factores tecnológicos, económicos y sociales. Dichos factores

⁴⁴¹ Libro Blanco sobre el Futuro de Europa. Op. cit., p. 12.

están permitiendo que, gracias a internet y las innovaciones tecnológicas e incluso de comportamiento humano se compartan recursos. Estas plataformas permiten reducir costes de transacción, crear nuevos empleos, hacer de la reputación un aspecto importante para todos los usuarios, tanto los que ofrecen como los que reciben el servicio.

3. Estas plataformas se han instaurado en sectores tradicionalmente cerrados a la competencia y además se ha empoderado al usuario. Lo que se pretende es que se eliminen las barreras de entrada en el mercado y en principio, para algunos servicios (servicios personales, comida, ropa, utensilios del hogar, etc), aunque es previsible que se amplíe el tipo de actividades o servicios que están en el origen de la economía colaborativa.

4. Desde el punto de vista del sector público, esta materia supone un reto por quedar fuera de los sistemas tradicionales de control y sanción, siendo necesaria una regulación o autoregulación en profundidad como hemos indicado en páginas previas. Aunque también es cierto que la regulación por parte de las Administraciones Públicas tiene que estar motivada por la existencia de una necesidad o situación en el mercado que precise de dicha intervención para proteger el “interés general”, debiendo ser proporcionada además.

5. En la medida en que consideramos que es imposible y poco aconsejable parar el crecimiento de la economía colaborativa y en particular, la que se desarrolla a través de plataformas de servicios por internet, nos parece que se debe aprovechar la coyuntura actual para redefinir y actualizar las regulaciones, los patrones de conducta, las opciones en resumen, ya que pueden generarse importantes rentas tanto fiscales como laborales. Todo ello generan marcos regulatorios transparentes que permitan intercambiar información de los participantes.

6. La libertad de empresa recogida en el artículo 38 de nuestra Constitución debe ser analizada en profundidad para poder encuadrar las nuevas formas de prestación de un servicio, en resumen, para su actualización⁴⁴².

7. Por último, consideramos que deben hacerse visibles los datos sobre la economía colaborativa y las plataformas, ya que la falta de publici-

⁴⁴² Sobre este derecho constitucional puede destacar la legislación más importante existente en España: Directiva 2006/123/CE, relativa a los servicios en el mercado interior; su transposición a la normativa nacional a través de la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio y, más recientemente, la Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de garantía de la unidad de mercado.

dad de los mismos genera desconfianza y estamos en una materia donde la confianza es fundamental⁴⁴³, es el principal motor de desarrollo y buen funcionamiento de una actividad o servicio ya que las opiniones de los usuarios tienen un gran impacto⁴⁴⁴. Por ello, se recomienda a las Administraciones Públicas competentes la *“incorporación a las estadísticas oficiales de los sectores en los que operan estas plataformas, de los datos necesarios para reflejar con rigor estadístico el impacto que este fenómeno tiene en el mercado”*⁴⁴⁵.

⁴⁴³ Incluso se ha llegado a proponer que puesto que los usuarios, tanto oferentes como demandantes de las plataformas colaborativas, obtienen con el tiempo y su interacción en la plataforma una determinada reputación relativa a los servicios que han llevado a cabo en la misma. En el caso de que el usuario quisiera ofrecer o demandar servicios en otra plataforma competidora o complementaria, sería recomendable que la reputación que se ha creado durante el período de permanencia en la plataforma, fuera transferible junto con el usuario y no perteneciera de manera exclusiva a la misma, ya que supone un activo fundamental para la oferta del servicio. De no ser así, el usuario debería empezar a labrarse una nueva reputación cada vez que quisiera cambiar de plataforma, con el consiguiente coste tanto económico como en términos de tiempo que eso conlleva. [...] Por tanto, se anima y recomienda a las plataformas colaborativas la implantación de mecanismos adecuados que permitan la portabilidad voluntaria de la reputación de un usuario a través de múltiples plataformas. Conclusiones Preliminares sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa. En <https://docs.google.com/document/d/1n65MjUaTmRLuZCqTIlqyWvobVqreR-iApsz-1mhxy2y0/edit#> 10 de junio de 2017.

⁴⁴⁴ Conclusiones Preliminares sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa. En <https://docs.google.com/document/d/1n65MjUaTmRLuZCqTIlqyWvobVqreR-iApsz-1mhxy2y0/edit#> 10 de junio de 2017.

⁴⁴⁵ Ibidem.