



**Universidad**  
Zaragoza

# Trabajo Fin de Grado

Nuevas perspectivas del consumo colaborativo

Autor

Raúl Ferrer Millán

Director

Pablo Jarne Muñoz

Facultad de Ciencias Sociales y del Trabajo Zaragoza  
2024

## **RESUMEN**

La economía colaborativa rompe con el modelo de consumo tradicional al que estamos acostumbrados, esto se debe a diversos factores como pueden ser factores culturales. En este trabajo también observamos en que sectores se ha desarrollado más la economía colaborativa como pueden ser el transporte o el alojamiento, además se habla de los tipos de colaboración que surgen de la economía compartida y sus características tales como la colaboración pura, la intermitente o la pseudocolaboración. También se trata la figura que surge de la economía colaborativa llamado el prosumidor para así después hablar de los retos que plantea la economía colaborativa en el futuro y en el presente como es por ejemplo crear un régimen normativo o delimitar el concepto de consumo colaborativo. Para concluir se desarrolla la responsabilidad de las plataformas en la práctica de la economía colaborativa.

**Palabras clave:** Economía colaborativa, prosumidor, plataformas, consumo colaborativo, responsabilidad.

## **ABSTRACT**

The collaborative economy breaks with the traditional consumption model to which we are accustomed, this is due to various factors such as cultural factors. In this final degree assignment we also observe in which sectors the collaborative economy has developed more, such as transport or accommodation, and we also talk about the types of collaboration that arise from the sharing economy and its characteristics such as pure collaboration, intermittent or pseudo-collaboration. It also discusses the figure that emerges from the collaborative economy called the prosumer and then talk about the challenges posed by the collaborative economy in the future and in the present such as creating a regulatory regime or delimit the concept of collaborative consumption. Finally, the responsibility of the platforms in the practice of the collaborative economy is developed.

**Keywords:** Collaborative economy, prosumer, platform, collaborative consumption, responsibility.

## ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN .....	4
II. ¿QUÉ ES LA ECONOMÍA COLABORATIVA? .....	5
III. FACTORES QUE HAN DESARROLLADO LA ECONOMÍA COLABORATIVA .....	9
IV. EL PROSUMIDOR .....	10
V. LA ECONOMÍA COMPARTIDA Y LOS TIPOS DE COLABORACIÓN .....	12
VI. SECTORES DONDE LA ECONOMÍA COLABORATIVA IRRUMPE .....	15
VII. RETOS A FUTURO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA .....	17
VIII. RESPONSABILIDAD .....	20
IX. CONCLUSIONES.....	24
X. BIBLIOGRAFÍA .....	26

## **I. INTRODUCCIÓN**

La elección de este tema se basa en lo presente que esta la economía colaborativa en nuestra vida cada día más, pero sin embargo muchas personas no saben lo que es la economía colaborativa o no se dan cuenta que son parte de ella, por ello, uno de los objetivos de este trabajo es que toda persona que quiera saber o informarse sobre la economía colaborativa leyendo este documento pueda entender que es, lo presente que está en nuestro día a día, los tipos que existen y todo lo que esta engloba. Otro objetivo es tratar de delimitar ciertos conceptos que son fáciles de confundir además de las responsabilidades que surgen de la economía colaborativa las cuales muchas no tienen una legislación o su flexibilidad.

En este documento se estudian diversos apartados, en primer lugar, se encuentra un apartado de introducción al tema donde se definen conceptos básicos de la economía colaborativa el objetivo de este apartado es dar a conocer conceptos fundamentales en la economía colaborativa como su definición, este apartado ayuda a entender los siguientes además de proporcionarnos una base a partir de la cual podremos razonar. En segundo lugar, se habla de los cuatro factores más importantes a mi parecer que han hecho que se desarrolle la economía colaborativa, estos nos ayudan a entender porque se ha desarrollado la economía colaborativa y el cambio del modelo tradicional al actual. A continuación, se define un concepto fundamental en la economía colaborativa como es el prosumidor una figura que hasta que no apareció la economía colaborativa no existía, se habla de quienes surgieron con la idea de esta nueva figura además de la fiscalidad de este o las incertidumbres y preguntas que nos plantea esta figura. Después, se tratan los diferentes tipos de colaboración en la economía compartida diferenciando sus características, el objetivo de este apartado es intentar aportar un poco de claridad en la diferenciación de estos a pesar de que muchas veces se confunden o no se distinguen, luego se habla de los tres sectores donde más influencia tiene la economía colaborativa en España, informando de cuales son estos además de sus ventajas o de los problemas que han creado en estos sectores. En el penúltimo apartado, se proponen unos retos a futuro relacionados con la economía colaborativa sobre cómo se va a desarrollar, como se va a legislar ya que hasta aquí se ha ido desarrollando una idea en la mente del lector y en este apartado es donde se puede reflexionar sobre el futuro de la economía colaborativa. Por último, se encuentra el apartado de la responsabilidad un tema muy peliagudo en la economía colaborativa, que requiere una gran atención y que en mi opinión es un tema fundamental para la economía colaborativa y del que hay que estar pendiente de su evolución. La economía colaborativa aún está en desarrollo por lo que hay muchas incógnitas que están sin resolver, sin embargo creo que en el futuro poco a poco se irán aclarando tales como su legislación, por ello hay que estar pendientes de la economía colaborativa para ver cómo evoluciona en el futuro.

En resumen, este trabajo de investigación afronta un tema muy interesante como es la economía colaborativa a la vez que, en algunos temas confuso, por ello se intenta simplificar algunos términos para que su comprensión sea más fácil, se busca dar una imagen global de todo lo que incluye o trata la economía colaborativa además de profundizar en algunos aspectos y razonar en temas tan importantes como es su futuro o su legislación.

## **II. ¿QUÉ ES LA ECONOMÍA COLABORATIVA?**

Partimos de que existe un conjunto de actividades con características en común que se pueden definir como una economía basada en plataformas digitales de distribución con redes de individuos y comunidades de manera descentralizada, en oposición a las instituciones económicas tradicionales, transformando la manera en que producimos, consumimos, nos financiamos y aprendemos (Botsman y Rogers, 2010).

La Economía Colaborativa abarca, entre otros, todos aquellos modelos de intercambio económico en los que se da una comunicación entre iguales, mediante una base tecnológica. Estos modelos de intercambio económico deben responder a tres principios básicos: contacto permanente entre productor y consumidor, hasta el punto de que frecuentemente se llegan a fusionar en una sola figura; conexión entre iguales sobre una base tecnológica; y la colaboración entre pares (AEIT, 2016).

De acuerdo con Botsman y Rogers (2010) la Economía Colaborativa es aquella que está sustentada en redes interconectadas, formadas por personas y comunidades, quienes están transformando la manera de producir, consumir, financiar y prestar.

### **1. ¿Qué es el consumo colaborativo?**

Es la base para dar inicio a la economía colaborativa, siendo su principal argumento compartir bienes en lugar de solo poseerlos, y con ello provocar que circule lo que existe, en lugar de adquirir algo nuevo (Sarmiento y Garcés, 2017).

Por Consumo Colaborativo se debe de entender a un modelo económico que está sustentado en compartir, intercambiar, vender o alquilar productos y servicios permitiendo el acceso a los bienes a través del propietario, de tal manera que lo que cambia no es lo que se consume, sino la forma en cómo se consume (Botsman y Rogers, 2010).

También se le ha llegado a definir como el sistema económico en el que las necesidades de los consumidores se satisfacen a través de recursos disponibles que son compartidos e intercambiados mediante el uso de plataformas digitales (BBVA, 2016).

O también como la manera tradicional de compartir, prestar, alquilar, intercambiar, o regalar, redefinida a través de las nuevas tecnologías y las comunidades (EESC, 2014).

En definitiva el consumo colaborativo suele hacerse referencia a una nueva forma de intercambiar, compartir, prestar, alquilar e inclusive regalar bienes y servicios, entre consumidores, apoyados en las TIC, lo que permite el intercambio de información entre consumidores geográficamente muy distantes, por lo que el consumo colaborativo actualiza formas tradicionales que han existido para compartir, colaborar, alquilar, prestar, pero ahora apoyándose en las nuevas tecnologías y en la existencia y utilización de las redes sociales (Ruiz Ramírez y Ruiz Rodríguez, 2018).

## **2. ¿Qué es el consumo tradicional?**

El término "consumo tradicional" se refiere a patrones y prácticas de consumo arraigados en costumbres y hábitos culturales que han persistido a lo largo del tiempo. Este tipo de consumo tiende a basarse en métodos y productos que han sido transmitidos de generación en generación dentro de una sociedad o comunidad. Puede involucrar la utilización de productos locales, técnicas artesanales, y métodos de producción que han sido parte integral de la cultura durante un periodo prolongado.

El consumo tradicional se diferencia de las tendencias modernas y las prácticas de consumo más recientes, que a menudo están vinculadas a la globalización, la industrialización y cambios rápidos en la tecnología. En contraste, el consumo tradicional se mantiene arraigado en valores culturales, la historia local y las formas de vida que han persistido a lo largo del tiempo.

Es importante señalar que el consumo tradicional puede variar significativamente entre diferentes culturas y regiones, ya que está moldeado por las circunstancias y características específicas de cada comunidad.

## **3. ¿Qué es la economía compartida?**

Se refiere a aquella que está sustentada en compartir objetos, herramientas, etc., para obtener beneficios monetarios o de intercambio no financiero, que no están siendo plenamente utilizados por quien los posee (Ruiz Ramírez et al. 2018).

## **4. ¿Que es la economía de iguales?**

Hace referencia a los mercados para compartir o de compraventa, donde existen intercambios de particular a particular, basados en la mutua confianza entre ellos (Ruiz Ramírez et al. 2018).

## **5. Definición de otros conceptos como:**

### **– Leasing**

Es aquella operación donde el dador conviene transferir al tomador la tenencia de un bien cierto y determinado para su uso y goce, contra el pago de un canon y le confiere una opción de compra por un precio.

En la práctica, esto significa que un sujeto le encomienda a otro (generalmente es una entidad financiera) que compre, por ejemplo, una máquina que necesita para su actividad y que a su vez se la alquile con una opción de compra al final de las cuotas de alquiler pactadas (Benchimol, M, 2008).

En cada una de las cuotas de alquiler está contenida una porción del precio del bien original, con lo cual, si el tomador del bien decide ejercer la opción de compra, deberá pagar el valor residual del bien al momento del ejercicio de la opción (Benchimol, M, 2008).

Las ventajas que tiene el leasing con relación a una operación de venta financiada en cuotas son que esencialmente el tomador del bien puede disponer del mismo sin tenerlo como un activo inmovilizado dentro de su patrimonio, lo que permite mejores ratios de liquidez en su balance y por otro lado, también lo cubre del riesgo de obsolescencia del bien que desee adquirir.

El arrendatario paga una cuota regular para poder usar el producto de manera ilimitada e individual.

#### – **Renting**

El renting es un contrato de arrendamiento a medio y largo plazo de bienes tangibles o intangibles, en el que el cliente se compromete a pagar una cuota periódica fija durante el plazo de vigencia del contrato. La empresa renting, a cambio presta unos servicios vinculados con el mantenimiento y reparación respecto al bien (Gómez, J. 2017)

El cliente hace uso individual del producto durante un período de tiempo preestablecido.

Se refiere a la práctica de alquilar o arrendar bienes y servicios de forma temporal, en lugar de adquirirlos permanentemente. Esta modalidad permite a los usuarios acceder a productos o servicios sin la necesidad de poseerlos físicamente, lo que puede ser más conveniente, económico y sostenible en determinadas situaciones. A menudo, esta práctica se facilita a través de plataformas en línea que conectan a quienes ofrecen el bien o servicio en alquiler con aquellos que lo necesitan temporalmente.

#### – **Sharing**

El producto es usado sucesivamente por distintos usuarios.

Es la práctica de compartir recursos, bienes o servicios entre individuos, a menudo facilitado por plataformas en línea. La idea principal es maximizar la utilización de activos existentes a través de la colaboración y el intercambio, en lugar de depender exclusivamente de la propiedad individual.

#### – **Pooling**

Uso simultáneo de un producto por diferentes clientes.

Es el acto de combinar o agrupar recursos, bienes o servicios entre varias personas para optimizar su utilización y eficiencia. Este enfoque busca maximizar el aprovechamiento de activos compartidos en lugar de depender de la propiedad individual.

## – Coworking

El coworking o trabajo colaborativo se define como una forma de organización laboral, que permite la integración en un mismo espacio físico de profesionales, organizaciones, emprendedores, freelance y startups, que desarrollan proyectos individuales, pero que a su vez generan sinergias que permiten la realización de proyectos colectivos (Burocoworking, 2012).

La multitud de gastos a los que debe hacer frente quien decide montar un negocio se encuentra detrás de la tendencia que encontramos, en la actualidad, de crear espacios compartidos de trabajo en los que coexisten profesionales de diferentes ámbitos. Nos movemos en el ámbito del arrendamiento de espacios, pero en esta ocasión asociado a una utilización profesional de estos, desligándose esta práctica del alojamiento colaborativo (Jarne Muñoz, 2016).

El coworking busca por lo tanto, crear una comunidad de individuos que están abiertos a compartir e intercambiar ideas, proyectos y conocimientos, configurándose entonces en una forma de trabajo que ofrece oficinas de uso común y que facilita el avance de los proyectos tanto individuales como colectivos.

## – Crowdfunding

El autor Burtch (2012) lo define como la adquisición de dinero para financiar proyectos o empresas. El dinero proviene de un grupo de individuos que no están involucrados directamente en los emprendimientos pero que desean respaldar una buena idea de negocio o un producto novedoso. Otro autor como Gerber & Hui (2013) lo define como una herramienta que facilita la conexión entre los creadores o emprendedores y sus financiadores. Este método crea conexiones entre ambas partes para que se produzca un ganar-ganar.

El sector de la financiación no ha sido ajeno al desarrollo de plataformas colaborativas, que vendrían en este ámbito a fomentar una actividad de moderno mecenazgo al permitir que los particulares contribuyan a financiar proyectos de diversa índole (Benito Mundet y Maldonado Gutierrez, 2015)

Si tradicionalmente, la obtención de financiación era condición previa al desarrollo de cualquier proyecto, el crowdfunding permite evitar esta inconveniencia, presentando a los potenciales inversores una idea de proyecto desarrollada y dándoles la oportunidad de contribuir a llevarla a término (Jarne Muñoz, 2016).

El crowdfunding ha adquirido una trascendencia notable en un momento marcado por la dificultad que los operadores vienen experimentando para acceder a la financiación tradicional. En este escenario, la financiación participativa viene a suplir las carencias que el sistema bancario ha conocido en estos últimos tiempos. A pesar de todo, el crowdfunding no es una noción unívoca, pudiendo encontrar diferentes configuraciones de las plataformas (Jarne Muñoz, 2016).

### **III. FACTORES QUE HAN DESARROLLADO LA ECONOMÍA COLABORATIVA**

#### **1. Tecnología y Plataformas Digitales**

El avance tecnológico, en particular el acceso generalizado a internet y el desarrollo de plataformas digitales, ha sido fundamental. Estas plataformas proporcionan un espacio donde las personas pueden conectarse y compartir recursos de manera eficiente y gracias a esa conectividad es más fácil la conexión entre individuos que ha aumentado gracias a la difusión e integración de los dispositivos móviles y la disponibilidad de redes de alta velocidad. Esto ha permitido que la gente acceda a servicios y comparta recursos de manera rápida y sencilla.

#### **2. Necesidades Cambiantes del Consumidor**

Las preferencias de los consumidores han evolucionado, y muchos ahora valoran la accesibilidad, la conveniencia y la personalización sobre la propiedad directa de bienes y servicios esto se da por un cambio en la mentalidad de las personas ya que existe un cambio cultural hacia la propiedad compartida y el acceso en lugar de la propiedad individual. Las generaciones más jóvenes, en particular, tienden a valorar más la accesibilidad y la experiencia que la posesión física de bienes.

#### **3. Economía de Bajo Costo**

Debido a la situación anterior y actual del país donde los precios suben y todo cuesta más aparece la economía colaborativa la cual a menudo ofrece soluciones más económicas que las alternativas tradicionales. Las personas pueden acceder a bienes y servicios a un costo menor al compartir recursos en lugar de comprarlos. Pero en cambio si nos fijamos en la otra parte de la economía colaborativa, la parte que ofrece el servicio o producto nos encontramos con la flexibilidad laboral que esta nos ofrece ya que nos da la posibilidad de ganar dinero extra o encontrar empleo de manera flexible, esto ha atraído a muchas personas hacia la economía colaborativa. Las plataformas que ofrecen servicios como conducción compartida (BlaBlaCar), entrega de alimentos (Glovo) y trabajos freelance permiten una mayor flexibilidad laboral.

#### **4. Sostenibilidad Ambiental**

La economía colaborativa a menudo se asocia con la sostenibilidad, ya que compartir recursos puede reducir el consumo total y disminuir el impacto ambiental. El enfoque en la eficiencia y la maximización del uso de los recursos contribuye a una conciencia ambiental más amplia. Algo que la gente está empezando a valorar muy positivamente ya que cada vez las personas estamos más concienciadas con el impacto ambiental, buscando contaminar menos, aprovechar mejor los recursos para así tener una mejor calidad de vida y la economía colaborativa precisamente refuerza esos valores.

#### **IV. EL PROSUMIDOR**

La palabra prosumidor —en inglés, prosumer—, es un acrónimo que procede de la fusión de dos palabras: "producer" (productor) y "consumer" (consumidor). El concepto "prosumidor" fue anticipado por Marshall McLuhan y Barrington Nevitt, quienes en el libro *Take Today* (1972), afirmaron que la tecnología electrónica permitiría al consumidor asumir simultáneamente los roles de productor y consumidor de contenidos.

El concepto de prosumidor adquirió una cierta entidad por boca de Alvin Toffler. Cuando en el año 1980 publica su libro *La tercera ola* “Durante la primera ola, la mayoría de las personas consumían lo que ellas mismas producían. No eran ni productores ni consumidores en el sentido habitual. Eran, en su lugar, lo que podría denominarse “prosumidores”.

El concepto se refiere a individuos que no solo consumen productos o servicios, sino que también participan activamente en su producción o creación.

En otras palabras, un prosumidor es alguien que desempeña el papel de productor y de consumidor. Este fenómeno se ha vuelto más evidente en la era digital, donde las plataformas en línea y las redes sociales permiten a las personas crear y compartir contenido, opiniones, y contribuir al desarrollo de productos y servicios. Los prosumidores participan activamente en la generación de contenido, la co-creación de productos y la colaboración en comunidades en línea.

Este término resalta el cambio que está sucediendo ya que tradicionalmente las actividades de prestación de servicios se organizaban entre individuos que no se encontraban en pie de igualdad, ya que uno de ellos revestía carácter profesional y el otro no (las empresas eran principalmente productoras y los consumidores eran principalmente receptores pasivos). Con la llegada de la economía colaborativa, por el contrario, estamos asistiendo a un cambio en el sustrato personal de las relaciones de consumo, ya que frecuentemente desaparece el sujeto profesional y la relación se entabla entre dos consumidores en pie de igualdad. Este concepto destaca la importancia de la participación y la colaboración en la economía moderna (Jarne Muñoz, 2016).

Dicho esto el prosumidor es la figura que se encuentra a mitad de camino entre productor y consumidor por lo que aúna las funciones asociadas a la figura del productor y del consumidor, además de que está encontrando en el mercado digital el caldo de cultivo óptimo para su desarrollo. Y es que la red ofrece unas posibilidades de acción notables, lo que va a posibilitar a los individuos encontrarse a ambos lados del ciclo productivo. Y es exactamente esa circunstancia la que encarna el ideal del prosumidor (Jarne Muñoz, 2016).

El prosumidor desafía los conceptos tradicionales del derecho laboral y empresarial, principalmente porque las plataformas digitales en la economía colaborativa ejercen un control significativo sobre los prosumidores, quienes realizan tareas limitadas y son designados como autónomos, lo cual plantea desafíos en términos de clasificación laboral.

Además, hay una gran incertidumbre en el régimen tributario aplicable a los ingresos generados por los prosumidores en la economía colaborativa. A pesar de la necesidad de fiscalizar estas transacciones, se ha detectado una falta de control fiscal. Resulta imprescindible la transparencia por parte de las plataformas para facilitar el control fiscal tanto de su actividad de intermediación como de las obligaciones tributarias individuales de los prosumidores.

En cuanto a la fiscalidad, se plantea la cuestión de quién debe tributar: el prosumidor, la plataforma digital o ambos. La Comisión Europea busca determinar el papel específico de las plataformas para aplicar las obligaciones fiscales correspondientes. En Italia se está probando un modelo es el establecido en el Proyecto italiano (Proposta di legge Disciplina delle piattaforme digitali per la condivisione di beni e servizi e disposizioni per la promozione dell'economia della condivisione). Este modelo lo que hace es fijar un límite de ingresos para la tributación de los prosumidores, con una tasa fija del 10% para ingresos hasta 10,000 euros y la acumulación de ingresos posteriores a otros tipos impositivos según corresponda (Jarne Muñoz, 2016).

## **V. LA ECONOMÍA COMPARTIDA Y LOS TIPOS DE COLABORACIÓN**

En el marco conceptual original para la economía colaborativa, múltiples aplicaciones son un caso ambivalente es decir que presentan dos interpretaciones frecuentemente opuestas porque podría constituir una modalidad de consumo colaborativo dependiendo de cómo se haya configurado. Ya que podemos ver páginas de distintos tipos:

1) La plataforma permite que un consumidor pueda prestar el espacio a otro consumidor o incluso a una empresa, ésta cumpliría con los criterios que definen la colaboración según Ertz y Leblanc-Proulx, 2016, 2019, ya que conformaría un sistema de circulación de recursos que posibilita que el consumidor intercambie su función de obtenedor por la de proveedor.

2) La plataforma permite que únicamente las empresas privadas presten el espacio a consumidores o a otras empresas, lo cual la mantiene en la línea del consumo convencional.

Muchas aplicaciones permiten ambas y por eso se consideran que son colaborativas, pero de manera intermitente, ya que realizan la configuración del intercambio convencional al permitir a las empresas ofrecer recursos a usuarios o a empresas. Sin embargo, las plataformas también permiten a los consumidores pasar de la función de usuario a la de proveedor. Por esta razón, son simultáneamente consideradas como colaborativas.

Por tanto, sería más exacto prescindir de la rigidez al emplear el sintagma economía compartida, y considerarlo más bien como un término genérico que comprenda las tres formas del intercambio en sus diversos niveles de colaboración (Ertz, 2020)

### **1. Colaboración pura**

La noción de colaboración pura se refiere a intercambios directos realizados entre iguales (o de consumidor a consumidor), donde hay un intercambio directo de recursos entre consumidores o se accede a los recursos del otro. Esta modalidad de intercambio recibe el nombre de colaboración directa. En esta modalidad resalta la ausencia de intermediarios, sean estos facilitadores o mediadores sin embargo hay que saber que puede haber intermediación y que ésta, de hecho, está ocurriendo cada vez con mayor frecuencia para facilitar los intercambios e incrementar su eficacia (Curtis y Lehner, 2019; Curtis y Mont, 2020).

Otra modalidad de la colaboración pura es la colaboración facilitada que consiste en intercambios entre dos partes pero que están facilitados por un intermediario como es el caso de BlaBlaCar donde el usuario que quiera viajar en coche tiene que comunicarse con los consumidores que ofrecen el viaje y se tienen que poner de acuerdo entre ellos sobre las condiciones del viaje, en este caso la aplicación simplemente es un facilitador.

La última modalidad de la colaboración pura es la colaboración con intermediario que consiste en intercambios en los que las organizaciones no solo facilitan el proceso de creación de valor, sino que también lo crean al actuar como mediadoras. Este proceso de intermediación tiene dos etapas. Primero en la colaboración para el abastecimiento donde el mediador cuenta con los consumidores como proveedores de un recurso o servicio y segundo al colaborar comercialmente. El mediador redistribuye el recurso o servicio

entre obtenedores potenciales, lo que por lo general ocurre agregándoles valor con el reacondicionamiento, en los términos y condiciones del nuevo contrato, o con un incremento en la calidad del servicio (Ertz et al., 2019).

Tras todo esto se deduce que la línea que separa la colaboración facilitada y la colaboración con intermediación sea imperceptible ya que en el contexto digital las plataformas, no suelen limitarse a cumplir una función facilitadora de intercambio entre proveedores y obtenedores. Por otro lado, es difícil encontrar una organización o una plataforma que opere únicamente bajo el principio de la colaboración pura, especialmente online donde la colaboración intermitente es lo más común.

## **2. Colaboración intermitente**

Es en la cual los sistemas de circulación de recursos en los que se combinan la colaboración pura y el consumo convencional. El «déficit» (demanda) y el «excedente» (oferta) son inherentes a cualquier entidad, ya sea ésta un consumidor o una organización; y ambos se encuentran en interacción continua al realizarse un intercambio activo de recursos (Ertz, 2020). De esta manera, el excedente de una empresa cubre el déficit de un consumidor mientras que el propio excedente del mismo consumidor puede cubrir el déficit de otro consumidor o de otra organización. La colaboración intermitente se integra a los últimos avances del marketing, el comportamiento de los consumidores y la gestión gracias a los estudios realizados en el ámbito de la antropología y la sociología, los cuales reconocen la naturaleza híbrida de la economía.

Es importante recalcar que la colaboración intermitente requiere permitir la colaboración, ya que los consumidores intercambiarán sus funciones y pasarán de ser usuarios a ser proveedores. Numerosas plataformas, permiten que los consumidores se conviertan en proveedores, pero, a la vez, ofrecen también espacio para que las empresas dedicadas a la propia actividad intervengan en el mercado de manera exactamente igual. Sin embargo, en muchos casos el intercambio es denegado, y esto nos lleva a la tercera modalidad de la economía compartida que es la pseudocolaboración (Ertz, 2020).

## **3. Pseudocolaboracion**

Consisten en los sistemas de circulación de recursos que no permiten en absoluto que el consumidor cambie su actual función de consumidor por la de proveedor o suministrador (Ertz, 2020). Muchas organizaciones que se incorporaron al mercado en los inicios del auge de la economía compartida, tales como los negocios de préstamo de vehículos, así como los de préstamo de bicicletas o préstamo de patines eléctricos, han sido considerados erróneamente como parte de la «economía compartida», cuando, en realidad, no permiten que los consumidores cambien de función. Algunos autores como Botsman, Rogers, han clasificado dichas organizaciones como colaborativas basándose en el hecho que permiten el alquiler de corta duración, pudiendo ser ello equiparable a los modelos de negocio basados en la «compartición» o la «colaboración». Otros autores han adoptado una postura más matizada al considerar dichos esquemas de intercambio como un consumo basado simplemente en el acceso. Es importante señalar que la pseudocolaboración no debería

ser confundida con la pseudocompartición ya que la pseudocompartición se refiere al intercambio de mercancías con un aspecto de compartición (Ertz, 2020).

## **VI. SECTORES DONDE LA ECONOMÍA COLABORATIVA IRRUMPE**

El número de sectores sobre los que se está desarrollando la economía colaborativa es muy amplio y las perspectivas a futuro es que siga creciendo en los próximos años, dado que abarca muchos sectores yo me voy a centrar en los que creo que son más relevantes.

### **1. Transporte colaborativo**

El car sharing surge de la idea de que los vehículos se encuentran por lo general infrautilizados, entonces para evitar esto el titular del vehículo lo alquila en aquellos períodos en los que no vaya a hacer uso del mismo contribuyendo al mantenimiento del mismo, por lo que se consigue una mayor rentabilidad del vehículo a través de la cesión de este.

Otra modalidad es el carpooling donde el conductor del vehículo da publicidad a los trayectos que pretende realizar, y de este modo todos aquellos interesados en el mismo pueden acompañarle mientras haya huecos disponibles en el vehículo. Sin embargo, esta modalidad ha generado un conflicto con los gremios del taxi y del autobús. Aun así dentro de esta modalidad nos podemos encontrar con dos tipos de llevarla a cabo, uno es el caso de blablacar y el otro el caso de Uber (Jarne Muñoz, 2016).

En el primer caso (Blablacar) la actividad del conductor no se vincula de modo tan evidente al transporte público de viajeros, puesto que los trayectos realizados satisfacen en primer lugar sus necesidades de desplazamiento, permitiendo al mismo tiempo que otros pasajeros puedan sumarse al trayecto propuesto para así compartir los gastos derivados del trayecto, es decir, el titular del vehículo está generando un servicio, pero no es el único que se beneficie del mismo. Y es que, junto a la satisfacción de su propio interés, asistimos a una realización refleja de los intereses de los demás usuarios del servicio, realización que frecuentemente se acompañará de una contrapartida económica.

El caso de Uber la actividad del conductor si que está vinculada obviamente al transporte de viajeros ya que el único motivo que tiene para llevar a cabo ese trayecto es que el cliente quiere ir a ese sitio y posteriormente va a recompensar económicamente al conductor, por lo que se podría decir que la actividad de la plataforma es una competencia desleal ya que sus conductores carecen de la preceptiva autorización administrativa que la Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres exige a todos aquellos que desarrollen una actividad de transporte público de viajeros (Jarne Muñoz, 2016).

### **2. Alojamiento turístico**

A diferencia del transporte colaborativo, el alojamiento turístico es un sector liberalizado por lo que respecta al acceso al ejercicio de la actividad, por lo que las nuevas tecnologías le han dotado de una dimensión y de unas características marcadamente diferentes (Jarne Muñoz, 2016).

La modalidad del couchsurfing permite a cualquier persona registrada en la plataforma alojarse en viviendas de otros usuarios de modo gratuito, lo que fomenta el intercambio de experiencias y posibilita una forma de viajar diferente y más económica. Del mismo modo, a lo largo de los años se han desarrollado diversas

plataformas de intercambios de casas que, fundadas en el doy para que me des (Jarne Muñoz, 2016). Pero de aquí surge un problema que es que debido al crecimiento y al desarrollo de estas plataformas se ha acompañado de una creciente mercantilización de las mismas, como es el ejemplo de la plataforma Airbnb que se ha convertido en una auténtica alternativa a la oferta hotelera tradicional, lo que hace plantearnos la necesidad de una intervención normativa que limite el impacto que estas nuevas modalidades de alojamiento (Jarne Muñoz, 2016).

### **3. Coworking y Crowdfunding**

Anteriormente ya han sido definidos, respecto al coworking está motivado por la multitud de gastos a los que debe hacer frente quien decide montar un negocio por lo que se opta por crear espacios compartidos de trabajo en los que coexisten profesionales de diferentes ámbitos (Jarne Muñoz, 2016). Nos movemos nuevamente en el ámbito del arrendamiento de espacios, pero en esta ocasión asociado a una utilización profesional de estos no como en el punto anterior donde hemos visto el alojamiento turístico. El coworking se plantearía como un contrato de prestación de servicios, en el que se incluirían diversas prestaciones, entre las que frecuentemente encontramos la puesta a disposición de un espacio de trabajo compartido, conexión a internet, zonas comunes...(Jarne Muñoz, 2016).

Aunque el ahorro es una de las grandes ventajas esto no explica únicamente que se seleccione esta opción que supone en términos de compartición de los diversos elementos asociados al despacho profesional. Por el contrario, la proximidad y el contacto diario entre estos profesionales contribuyen a crear sinergias significativas, que suponen un incentivo importante a la hora de recurrir a este tipo de organización, por lo que mucha gente ven en el coworking un excelente sistema de aceleración de modelos de negocio (Jarne Muñoz, 2016).

Sobre el crowdfunding el sector de la financiación no ha sido ajeno tampoco al desarrollo de plataformas colaborativas, este permite que los particulares contribuyan a financiar proyectos.

Tradicionalmente, la obtención de financiación era condición previa al desarrollo de cualquier proyecto, el crowdfunding permite evitar esta inconveniencia, presentando a los potenciales inversores una idea de proyecto desarrollada y dándoles la oportunidad de contribuir a llevarla a cabo, este además adquiere fuerza debido a la dificultad que los operadores vienen experimentando para acceder a la financiación tradicional (Jarne Muñoz, 2016). La Ley opta por distinguir entre inversores acreditados y no acreditados, que tienen asignados diferentes techos de inversión y cuya presencia tendrá incidencia en cuestiones tales como el importe máximo que se fijará respecto de la captación de fondos del proyecto.

Además, en España contamos con una norma que regula el crowdfunding la Ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial. Las plataformas de financiación participativa deben estar autorizadas y registradas ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). La ley adapta la legislación española en este ámbito, en consonancia con el Reglamento 2020/1503. Esta norma unificó la regulación a nivel europeo, de manera que las plataformas de financiación participativa autorizadas y supervisadas de acuerdo con el Reglamento pueden prestar sus servicios libremente en toda la Unión Europea (Jarne Muñoz, 2016).

## **VII. RETOS A FUTURO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA**

### **1. Delimitar la noción de consumo colaborativo**

Es esencial que los legisladores ofrezcan criterios para poder determinar cuándo nos encontramos ante una modalidad de consumo colaborativo puro y cuándo, a pesar de que haya elementos de colaboración, existe un ánimo de lucro u orientación profesional porque a veces no está muy claro. Ya que por ejemplo en el caso del transporte colaborativo en el caso de Blablacar como he dicho antes, la nota de ánimo de lucro u orientación profesional es nula. Mientras que, en el caso de Uber, las condiciones generales que rigen la actividad de la plataforma son similares a las de cualquier actividad de transporte público de viajeros, con la excepción de que el conductor no tiene la preceptiva autorización administrativa. Es necesario saber qué criterios llevamos a cabo ya que ambas actividades pertenecen al transporte colaborativo pero sin embargo son tan distintas (Jarne Muñoz, 2016).

Creo que la denominación de plataformas colaborativas había que reservarse verdaderamente a aquellas aquellas plataformas que excluyan, tanto sobre el papel como posteriormente en la práctica, el ánimo de lucro ya que la economía colaborativa no surgió con la idea de un uso profesional de esta, de hecho es lo contrario a la idea de la que nació. Muchas de las plataformas que realmente son plataformas colaborativas disponen de herramientas suficientes para controlar cuándo nos encontramos ante un importe que contribuye a sufragar los gastos del viaje, del uso del producto o de la realización del servicio y cuándo encontramos una ganancia patrimonial sostenida que pueda indicar una utilización profesional de la plataforma por parte del usuario (Jarne Muñoz, 2016).

Dicho esto no creo que se deba prohibir todo el uso profesional de estas plataformas pero sí creo que estas se deberían excluir de dichos servicios del régimen privilegiado del que se benefician las actividades colaborativas puras, sometiéndose a un régimen fiscal y administrativo análogo al de la actividad profesional ya que tienen más similitudes con estas que con las actividades colaborativas, también creo que cumpliendo con las normas fiscales, normas de seguridad, responsabilidad, protección del consumidor y demás normas estas pueden contribuir como actividad con ánimo de lucro a generar empleo en la sociedad (Jarne Muñoz, 2016).

### **2. Determinar el status de las plataformas**

Debido a que la economía colaborativa demostró tener un potencial enorme, se abrieron nuevas oportunidades de negocio para los creadores de las diversas plataformas (Jarne Muñoz, 2016). De esta manera muchas de estas plataformas que en su origen eran gratuitas, su difusión ha conducido a la fijación de un canon, que adopta generalmente la forma de una comisión que se calcula sobre el precio del servicio, de nuevo nos encontramos con una manera de lucrarse, esto hace que la plataforma se aproxime más a una agencia de intermediación que a una plataforma colaborativa como bien dice Ramón Estalella, secretario general de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos. A pesar de que el modelo de las plataformas como pueda ser Airbnb se inspira en el movimiento colaborativo, desde el momento en que entra un intermediario que cobra una comisión, podemos hablar de una agencia online en toda regla, que

vende alquileres en vivienda privada. No es un modelo peer to peer desde el momento que hay una empresa que cobra una comisión (Jarne Muñoz, 2016).

De la misma manera, es preciso determinar la influencia que pueda tener la utilización de las nuevas tecnologías a cargo de las plataformas en línea sobre la calificación de los servicios prestados (Jarne Muñoz, 2015). Todos estos dilemas plantean la necesidad de analizar la influencia que el recurso a las nuevas tecnologías pueda desplegar en la calificación de los servicios prestados.

### **3. Crear una protección a los usuarios de las plataformas**

Una de las principales características de la economía colaborativa es que el intercambio de productos o servicios se basa en la confianza que ponen los usuarios en los otros usuarios, por lo que muchos de estos reclaman seguridad o protección en el desarrollo de su actividad a las plataformas de consumo, ya que, no concurriendo la nota de la profesionalidad, la cobertura de la que gozan los usuarios es sin duda más precaria (Jarne Muñoz, 2016).

Sin embargo las plataformas de consumo colaborativo han desarrollado un sistema para dar a la actividad cierta seguridad, ya que en muchas de las plataformas cada prestador de servicios tiene un perfil en la plataforma, donde los usuarios pueden acceder a las opiniones y valoraciones que otras personas han emitido sobre ellos, esto hace que los propios usuarios sean los que evalúan constantemente los unos a los otros para de este modo incrementar la seguridad a la hora de elegir la opción más oportuna (Jarne Muñoz, 2016).

Una buena manera de protección para evitar daños sería un seguro de necesaria suscripción para este tipo de relaciones entre consumidores, que contribuyan a dotar al sistema de un adecuado nivel de seguridad pero esto llevaría un incremento de precio y no nos tenemos que olvidar que la principal ventaja de estas nuevas plataformas es la competencia en precio, por lo que un incremento de la protección, a pesar de proporcionar una mayor seguridad, se traducirá igualmente en un incremento de precios, haciendo la alternativa menos atractiva y aproximándose a los sistemas más tradicionales (Jarne Muñoz, 2016).

Otra de las formas de protección, consiste en difundir información y tener acceso a la misma sobre los mecanismos que caracterizan al consumo colaborativo y de alguna forma, autenticar las plataformas digitales que lo soporten.

Otro punto de vista es que la economía del consumo colaborativo genera un mayor número de mercados digitales no regulados, convirtiéndose en un riesgo para los consumidores, generando una amenaza para los negocios regulados, transfiriendo el riesgo a los consumidores y la creación de competencia desleal; el establecimiento ilegal, o informal de los mercados; y la promoción de la evasión fiscal (Ruiz Ramírez et al. 2018).

Por lo que se deben crear normas fiscales que den seguridad y protejan al consumidor y que todos los consumidores tengan acceso a la información, así como tratar de homologar las legislaciones que tengan que ver sobre el tema (Ruiz Ramírez et al. 2018).

#### **4. Régimen normativo adecuado**

Es necesario que las autoridades lleven a cabo un proceso de reflexión sobre todo lo que implica la economía colaborativa. Y es que la economía colaborativa parte de una reordenación del modo en el que los consumidores se relacionan entre sí, aportando flexibilidad y eficiencia al consumo, pero planteando al mismo tiempo dificultades desde un punto de vista normativo (Jarne Muñoz, 2016).

Además de que la economía colaborativa no ha mostrado aún todo su potencial por lo que las autoridades deben adoptar un planteamiento prudente para regular la economía colaborativa, lo más lógico sería darle a la economía colaborativa una regulación propia que tenga en cuenta sus peculiaridades pero esto presenta numerosos inconvenientes, ya que el consumo colaborativo presenta contornos diferentes en función del sector en el que nos encontremos, por lo que resulta extremadamente complejo dotar a la economía colaborativa de una regulación unitaria (Jarne Muñoz, 2016). Una propuesta interesante puede ser que los legisladores lleven aproximaciones sectoriales para aquellos sectores donde se necesite una autorización o aquellos que tengan roces con los operadores tradicionales.

Es un hecho que la economía colaborativa necesita un régimen normativo, pero hay que tener en cuenta que como ya he dicho aún no ha mostrado todo su potencial por lo que una mala regulación podría frenar el progreso o desarrollo de esta o incluso la regulación podría estar obsoleta cuando se instaure debido al rápido desarrollo de la economía colaborativa (Jarne Muñoz, 2016).

## **VIII. RESPONSABILIDAD**

### **1. La actividad de la plataforma exenta de responsabilidad**

Las plataformas, como proveedoras de servicios de intermediación de la sociedad de la información, si que desarrollan una actividad que es meramente técnica, automática y pasiva, estas quedan exentas de responsabilidad por la información almacenada (art. 16 LSSICE y 14 de la Directiva 2000/31/CE). Esto es así ya que el hecho de que los prestadores de los servicios, son responsables de los contenidos que hayan elaborado pero no de los contenidos ilícitos que transmitan siempre que no modifiquen su contenido y que no sean conocedores de la ilicitud o si, en caso de conocerla, no lo suprimen.

Las exenciones de los arts. 14 y 15 (12 y 13 de la Directiva) de comercio electrónico no son de aplicación a las plataformas de economía colaborativa puesto que estas plataformas no prestan servicios de mera transmisión.

Respecto de la exención aplicable, hay que plantearse si la plataforma ha de desplegar una actividad proactiva y exigente de detección de contenidos ilícitos.

Sobre esto, el conocimiento del contenido ilícito debe asimilarse al desconocimiento inexcusable de dicho contenido y por tanto debe dar lugar a imputación de responsabilidad. La norma indica los supuestos en los que se debe atribuir este conocimiento a partir de la actividad desarrollada por terceros o a partir de la actividad desarrollada por la propia plataforma: en el primer caso, es la puesta en conocimiento de la plataforma de la ilicitud del contenido por declaración de un órgano competente para emitir esta declaración o para ordenar que se imposibilite el acceso o se retire el contenido o bien porque se haya declarado la existencia de lesión; en el segundo caso, el conocimiento de la ilicitud proviene de procedimientos de detección y retirada que la plataforma aplique en virtud de los acuerdos existentes y de otros medios de conocimiento efectivo que se puedan establecer. Tal vez se debería prever expresamente la obligatoriedad de la plataforma de incluir medios de detección de contenidos ilícitos (Grimaldos Garcia, 2016).

Aunque tampoco es justo responsabilizar en mayor medida a las plataformas que los implementen respecto de las que no lo hagan, por el hecho de basar su responsabilidad en el conocimiento de la ilicitud, ya que las plataformas que no hacen un seguimiento activo de los contenidos que tienen les será más fácil eludir esta responsabilidad (Ortí Vallejo, Antonio, Rubio Gimeno, Gemma, 2019).

Por lo que la norma debería basar la exención de responsabilidad en el desconocimiento de la ilicitud después de haber aplicado una actividad suficiente como para detectarla.

Un ejemplo de la responsabilidad de la plataforma por la ilicitud de los contenidos podría ser la publicación de ofertas de alojamiento sin la correspondiente licencia turística en municipios en los que la misma es necesaria para desarrollar la actividad colaborativa. Si la plataforma no solicita como información obligatoria el número de registro de la vivienda deberá asumir la responsabilidad por alojar una actividad que se sitúa fuera de la legalidad y que, por tanto, debe considerarse ilícita (Ortí Vallejo et al. 2019).

## **2. La responsabilidad de la plataforma per la actividad de intermediación privada digital**

El servicio principal que prestan la mayoría de plataformas de economía colaborativa es la intermediación electrónica pero a menudo también realizan tareas propias de la intermediación privada consistente en poner a disposición de los usuarios de la plataforma una serie de recursos tecnológicos que tienen tendencia a la conclusión de un contrato entre estos usuarios mediante servicios de canalización, búsqueda y emparejamiento de solicitudes y ofertas almacenadas y difundidas a través de la plataforma (Ortí Vallejo et al. 2019).

Esta actividad de intermediación, lo más normal es que este remunerada, en forma de cualquier ventaja económica para la plataforma y respecto de la plataforma, deberemos considerar como consumidor tanto al prestador ocasional del servicio como el destinatario del mismo ya que ambos están suscritos a un acuerdo con la plataforma por el contrato que previamente he nombrado.

Según la resolución del Tribunal Superior de Justicia de Cataluña de 30 de abril de 2018 (JUR 2018, 175317), es irrelevante si la plataforma debe considerarse o no una empresa turística, ya que se dedica a publicitar y a intervenir en la contratación turística y por tanto, se halla obligada a cumplir la normativa sectorial, independientemente de que además pueda intervenir en alquileres de naturaleza no turística. En este supuesto, se identifica, una labor de intermediación no solo digital sino también turística puesto que sus servicios incluían el alojamiento de la oferta en su web al efecto de publicitar los inmuebles, la gestión de las reservas, además de percibir el importe del alquiler y el depósito de seguridad mediante una plataforma de pago; dicho depósito era retenido por la plataforma durante un tiempo. Por sus servicios percibía de los titulares del inmueble una cuota fija anual de 199 € y un 3 % de las reservas que gestionaba. Por su parte, los arrendatarios satisfacían un 6% adicional al precio del alquiler. Todas esas circunstancias llevan al Tribunal a establecer que la actividad desarrollada no es meramente neutra o pasiva de simple tratamiento técnico y automático de los datos, sino que asume un papel determinante en la prestación del servicio y se constituye en centro de negocio de alquiler de inmuebles o viviendas de vacaciones (Ortí Vallejo et al. 2019).

## **3. La responsabilidad de la plataforma por la prestación del servicio subyacente**

Las plataformas desarrollan estructuras tecnológicas que permiten la interacción de distintos grupos de usuarios. Dicha interacción, no resulta de un proceso espontáneo ni es automática, sino que es el resultado de la actividad de la plataforma (Rodríguez Martínez, 2017). La plataforma prepara el entorno contractual y de ahí obtenemos que estás más allá de la noción de influencia decisiva en el contenido del contrato subyacente, también deberán responder si en la plataforma se publican o se ofertan ofertas con informaciones no veraces sobre la calidad de los bienes o servicios ofrecidos.

La cuestión de la responsabilidad de la plataforma por los incumplimientos del prestador es una de las cuestiones más ambiguas y a menudo se acaba estableciendo que la plataforma que asuma un rol activo responderá eventualmente por los incumplimientos del servicio subyacente (Ortí Vallejo et al. 2019). La plataforma no es quien presta materialmente el servicio, pero si es la que introduce un determinado contenido contractual en la transacción. Es esta introducción la que cambia su papel de intermediaria a responsable subsidiaria o solidaria del cumplimiento de la prestación. Ya que de esta forma la plataforma es

la que propone e impone el contenido de las transacciones por lo que en consecuencia es la que asume la obligación de supervisar el cumplimiento de las obligaciones que surjan y se hace responsable de los incumplimientos que puedan ocurrir. Eso sí, no se le puede imputar responsabilidad por la autoría material del incumplimiento y su responsabilidad se conectaría con un deber de diligencia *in vigilando* “Responsabilidad civil por los daños causados por las personas respecto de las que otras tienen un especial deber de vigilancia.” (STS de 2 de noviembre de 2001, RJ 2001, 9641).

Para poder exigir responsabilidad por infracción de la culpa *in vigilando* se exige una relación de dependencia.

En el caso del consumo colaborativo, el supuesto planteado es diferente porque el deudor del servicio subyacente es el prestador de este servicio y no la plataforma. Podríamos considerar que la responsabilidad de la plataforma por el acto de un tercero se basa en la relación existente entre plataforma y usuario y en el hecho que es la plataforma la que ha permitido la introducción del prestador en la relación con el tercero, no obstante, la responsabilidad de la plataforma debe relacionarse no tanto con la introducción del deudor en la relación obligatoria, sino con la introducción del determinado contenido contractual o en definitiva, en su influencia decisiva o predominante sobre el prestador y la prestación del servicio (Ortí Vallejo et al. 2019). Por lo que habría que limitar la responsabilidad solidaria de la plataforma por el incumplimiento del servicio subyacente a los supuestos en los que el prestador del servicio sea no profesional y por tanto el contrato celebrado en relación con dicha prestación subyacente sea de igual a igual como así lo considera el autor Felix Maultzsch (2017).

#### **4. Responsabilidad de la plataforma por la gestión reputacional**

Un factor clave en la economía colaborativa es la gestión de la confianza y de la reputación de los usuarios que interactúan en la plataforma. La interacción contractual se produce entre personas que no se conocen y por lo tanto, los medios para establecer confianza entre estas personas desconocidas se convierten en un elemento fundamental en la formación del consentimiento contractual de estos sujetos (Ortí Vallejo et al. 2019).

Hay que destacar el papel depurador de los sistemas de calificación y reputación digital que deben servir para expulsar de la plataforma los participantes que desarrollen un comportamiento contrario a las buenas prácticas como bien se dice en “Una Agenda para la Economía Colaborativa” de la comisión europea de 2016. Aun así, no existe ninguna norma vinculante que establezca de qué manera deben instrumentalizar estos sistemas de retorno reputacional pero a esto se le añade la cuestión esencial de la protección de datos, si nos fijamos en el art. 20 del 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 el tratamiento de datos personales y a la libre circulación de datos, nos dice que la portabilidad del activo reputacional en forma de datos almacenados y tratados por la plataforma pertenecen al usuario (Ortí Vallejo et al. 2019).

Por lo que las normas que deberían aplicarse a las plataformas podrían ser tales como una transparencia del sistema, sobretodo en relación con la aplicación o no de medios de monitorización de las opiniones de los usuarios, la fiabilidad del sistema, en relación con la comprobación de que las opiniones que se recojan correspondan a usuarios reales del servicio o la información sobre el procedimiento de entrega de

valoraciones y sobre las causas que permitan censurar la publicación de una valoración ya que esta es la principal debilidad del sistema reputacional ya que son los usuarios los que tiene que valorar, muchos usuarios evalúan al otro dependiendo de la evaluación del otro y esto puede provocar que la valoración no se corresponda con el servicio.

En cuanto a la responsabilidad de la plataforma por la infracción de estos estándares hay que partir de que la plataforma, es prestadora de un servicio de la sociedad de la información tanto respecto del prestador del servicio subyacente como respecto del destinatario del mismo y a menudo remunerado por parte de los dos. En el momento en el que legalmente se establezca la obligación de implementar un sistema de retorno reputacional fiable y transparente, los errores del sistema en alguno de estos aspectos, que ocurran, legitimará el ejercicio de una acción por daños y perjuicios derivado de incumplimiento contractual pero no se podrá hasta que se regule legalmente (Ortí Vallejo et al. 2019).

## **IX. CONCLUSIONES**

Tras la realización y estudio de este trabajo he podido llegar a una serie de conclusiones:

En primer lugar, con relación a la economía colaborativa antes de realizar el trabajo tenía una vaga idea de lo que era la economía colaborativa, tras la búsqueda de información y la realización del trabajo uno acaba sabiendo lo que es la economía colaborativa pero no solo eso también uno aprende que no es lo mismo la economía colaborativa que el consumo colaborativo además de saber distintos conceptos que están relacionados con la economía colaborativa, por lo que creo que este trabajo es útil para todas aquellas personas que no saben que es y quieren saber más de esta.

En segundo lugar, creo que los factores que hacen que la economía colaborativa se desarrolle están muy latentes en la sociedad actual, es decir, es fácil darse cuenta de estos y de identificarlos en nuestro día a día, se observa como hay un cambio social que provoca un cambio en el consumo tradicional creando el consumo colaborativo y gracias a los factores se puede llegar a esta conclusión, como también con el apartado del prosumidor en el cual se da definición a una palabra de la que muchos no habrían oído hablar antes de leer este proyecto pero sin embargo eran uno ya, como me pasaba a mí, esta es un figura complicada no por su definición sino por su legislación la cual necesita pero es complicado crearla por ello en un futuro espero que seamos capaces de crear una adecuada a esta figura para que así se siga desarrollando la economía colaborativa.

En tercer lugar, los diferentes tipos de colaboración creo que son algo liosos ya que se pueden confundir unos con otros debido a las similitudes que presentan ya que la diferencia entre unos tipos y otros es muy pequeña, este apartado lo considero muy importante y por ello pensé en cómo podía tratar de escribirlo facilitando la diferenciación entre unos tipos y otros y aunque creo que se consigue diferenciar unos de otros también creo que es un apartado al que hay que presentarle más atención que al resto ya que sino uno puede perder el hilo por lo que este es el apartado que mas dolores de cabeza me ha dado.

En cuarto lugar, el futuro de la economía colaborativa es incierto pero prometedor, creo que hay muchos retos que hay que resolver y seguramente surgirán mas durante el proceso ya que la economía colaborativa aun esta en desarrollo, el mayor reto que en el que puedo pensar es en la legislación, en crear una legislación con unos criterios firmes que permitan distinguir cuando estamos frente a una modalidad de consumo colaborativo y cuando no, algo que no está muy claro a día de hoy debido al uso profesional de las plataformas en las que se da el consumo colaborativo aunque también creo que hay un espacio para el uso profesional de las plataformas, la economía colaborativa necesita un régimen normativo adecuado a sus características que tendría que proporcionar una seguridad a las personas que la lleven a cabo como es el ejemplo de los usuarios de plataformas que la llevan a cabo ya que la economía colaborativa es posible llevarla a cabo gracias a la confianza que los usuarios depositan en otros sin apenas conocerlos que puede llegar a dar lugar a estafas o engaños, esta normativa también tiene que proteger a aquellos que no la practiquen para evitar competencia desleal o la evasión fiscal. La responsabilidad también es fundamental en la economía colaborativa por lo que hay que establecer muy claramente quien tiene responsabilidad de que y quien no, por ello volvemos a la legislación, mi opinión es que es fundamental y está claro que para responder a todos los retos se necesita de esta, pero hay que tener cuidado en la creación ya que no hay que olvidarse de que la economía colaborativa tiene sus características propias y una legislación inadecuada podría limitar a la economía

colaborativa y es que ahí radica la dificultad ya que en mi opinión se necesita una legislación que regule, delimite y ayude a los usuarios y a la economía colaborativa pero sin limitar todo el potencial que tiene esta.

Como conclusión final del trabajo, creo que la economía colaborativa puede ser muy útil en el futuro y que todavía no hemos visto todo de lo que puede ser capaz, hay que trabajar en esta para que sea una herramienta favorable para muchos ya que surgió de la confianza de las personas en las otras, algo que en la actualidad cuesta más.

## **X. BIBLIOGRAFÍA**

AGM Abogados. (28 de octubre de 2022). Regulación de las plataformas de Crowdfunding en la Ley Crea y Crece. Obtenido de <https://www.agmabogados.com/regulacion-plataformas-crowdfunding-ley-crea-y-crece/>

Alfonso Sánchez, R. (2016), «La controvertida cuestión reguladora en la economía colaborativa», a ALFONSO SÁNCHEZ, R., y VALERO TORRIJOS, J., (Dir.), Retos jurídicos de la economía colaborativa en el contexto digital, Thomson Reuters Aranzadi, Cizur Menor, 2016.

Arribas, A., & Islas, O. (2021). El prosumidor en la economía colaborativa: nueva manera de participar en el mercado de consumo. <https://doi.org/10.7440/res64.2018.03>

Barceló Compte, R. (2018) «Los sistemas de retorno reputacional como mecanismo de confianza en la economía colaborativa», Propuestas de regulación de las plataformas de economía colaborativa: perspectivas general y sectorial, Thomson Reuters Aranzadi, Cizur Menor.

BBVA. (02 de febrero de 2015). ¿Qué es el consumo colaborativo? Obtenido de <https://info.bbva.com/es/noticias/estilo-vida/que-es-el-consumo-colaborativo/>

Benchimol, M. (08 de febrero de 2008). Leasing. Tratamiento Impositivo. Obtenido de [https://datos.aplicacion.com.ar/previews/2008/9789871487011\\_benchimol\\_leasing\\_preview.pdf](https://datos.aplicacion.com.ar/previews/2008/9789871487011_benchimol_leasing_preview.pdf)

Benito Mundet, H y Maldonado Gutierrez, D. (2015), “La financiación colectiva y su papel en el mundo de la empresa”, Análisis financiero, nº 129.

Botsman, R., & Rogers, R. (2010). What's Mine is Yours. How collaborative consumption is changing the way we live. New York: HarperCollins Publishers.

Burocworking. (29 de Julio de 2012). ¿Que es el Coworking? Obtenido de YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=foxMYtL3N8M>

Curtis, S.K., Lehner, M. (2019). "Definiendo la economía colaborativa para la sostenibilidad". Sustainability (vol. 11, no 3, 567).DOI: <https://doi.org/10.3390/su11030567>

Curtis, S.K., Mont, O. (2020). "Modelos de negocio de economía colaborativa para la sostenibilidad". Journal of Cleaner Production (no 121519). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.121519>

Ertz, M. (noviembre de 2020). El consumo colaborativo: de palabra de moda a término conceptual. Las tres caras de la economía compartida. Obtenido de Oikonomics: <https://oikonomics.uoc.edu/divulgacio/oikonomics/en/numero14/dossier/mErtz.html>

Ertz, M., Durif, F., Arcand, M. (2019). "Una perspectiva conceptual sobre el consumo colaborativo". AMS Review. DOI: <https://doi.org/10.1007/s13162-018-0121-3>

Fernández Pérez, N. (2016), «Problemática jurídica derivada de la economía compartida», Economía Industrial, núm. 402.

Gil García, J. (2017), «Las múltiples formas de trabajo en las economías colaborativas y su regulación: el caso de Airbnb», Comunicación presentada en el Congreso Internacional Sobre Trabajo en la Economía Colaborativa. Universidad de Valencia, septiembre de 2017.

Gómez, J. A. (1 de mayo de 2017). UNA COMPARATIVA ENTRE LEASING Y RENTING. Obtenido de [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/66420/Una\\_comparativa\\_entre\\_leasing\\_y\\_renting.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/66420/Una_comparativa_entre_leasing_y_renting.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Gramuin, M. (2018) «Economía de plataforma y protección de los consumidores», Propuestas de regulación de las plataformas de economía colaborativa: perspectivas general y sectorial, Thomson Reuters Aranzadi, Cizur Menor.

Grimaldos Garcia, M.I. (2016) «El contrato de intermediación entre las plataformas colaborativas y sus usuarios», ALFONSO SÁNCHEZ, R., y VALERO TORRIJOS, J., (directors), Retos jurídicos de la economía colaborativa en el contexto digital, Thomson Reuters Aranzadi, Cizur Menor.

Héctor Ruiz Ramírez y Bárbara Ruiz Rodríguez (2018): "Consumo colaborativo: confianza,

sustentabilidad y protección del consumidor.”, Revista Contribuciones a la Economía (abril-junio2018).

En línea: <https://eumed.net/ce/2018/2/consumo-colaborativo.html>

Islas-Carmona, J. O. (2008). El prosumidor: El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0122-82852008000100003&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-82852008000100003&lng=en&tlng=es).

Jarne Muñoz, P. (2016). El consumo colaborativo en España: experiencias relevantes y retos de futuro. Revista CESCO De Derecho De Consumo, (17), 62–75. Recuperado a partir de <https://revista.uclm.es/index.php/cesco/article/view/998>

Jarne Muñoz, P. (2016). EL PROSUMIDOR COMO FIGURA CLAVE EN EL DESARROLLO. Obtenido de Revista CESCO de Derecho de Consumo, ISSN-e 2254-2582, Nº. 19, 2016: <https://revista.uclm.es/index.php/cesco/article/view/1127/956>

Jarne Muñoz, P. (2015). “Uber ante el Tribunal de Justicia de la Unión Europea: la incidencia del recurso a las plataformas en línea en la calificación jurídica de los servicios prestados”, Democracia Digital e Governo Eletrônico.

López Molero, N.; Hernández Gómez, E.; Briones Peñalver, A.J. (2020) Crowdfunding Social. La alternativa a la financiación tradicional de proyectos de organizaciones de participación. REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, vol. 136, e71851. <https://dx.doi.org/10.5209/reve.71851>

Ortí Vallejo, Antonio, Rubio Gimeno, Gemma (2019). Propuestas de Regulación de las Plataformas de Economía Colaborativa: Perspectivas General y Sectoriales. Aranzadi

Ortiz Vidal, M.D (2016). «La economía colaborativa en la Unión Europea: un fenómeno tan popular como controvertido», ALFONSO SÁNCHEZ, R. y VALERO TORRIJOS, J., Retos jurídicos de la economía colaborativa en el contexto digital, Thomson Reuters Aranzadi, Cizur Menor.

Peralta, N. (13 de Abril de 2016). Coworking: una tendencia en auge. Obtenido de semanaeconomica: <http://semanaeconomica.com/article/management/negocios/185692-coworking-una-tendencia-en-auge/>

Rodríguez Martínez, I. (2017) «El servicio de mediación electrónica y las plataformas de economía colaborativa», Revista de Derecho Mercantil, núm. 305

Toffler A., La tercera ola, Plaza & Janés, 1981.

Vilalta Nicuesa, A.E. (2018), «La regulación europea de las plataformas de intermediarios digitales en la era de la economía colaborativa», Revista Crítica de Derecho Inmobiliario, núm. 765.