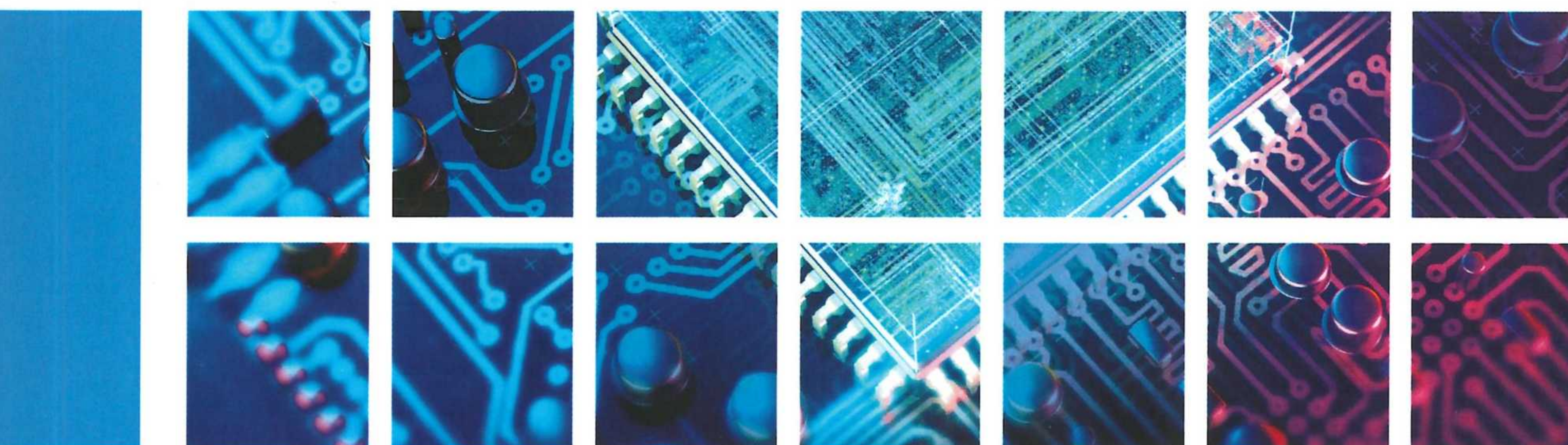


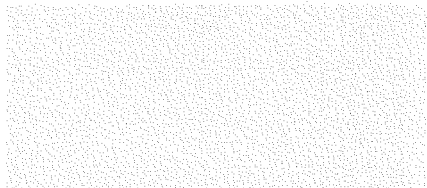
■ BOSCH

Aspectos legales de la economía colaborativa y bajo demanda en plataformas digitales

Coordinadores

Sara Rodríguez Marín
Alfredo Muñoz García





■ BOSCH

Aspectos legales de la economía colaborativa y bajo demanda en plataformas digitales

Coordinadores

Sara Rodríguez Marín
Alfredo Muñoz García

ABREVIATURAS	13
CAPÍTULO 1. Aspectos no jurídicos de la economía colaborativa y bajo demanda en plataformas digitales	15
1. Definición de economía colaborativa	15
2. Qué no es economía colaborativa	22
3. Estragos en el sector por uso erróneo del término	24
4. Impacto social	27
5. Impacto medioambiental	29
6. Impacto económico	33
6.1 El impacto económico del alojamiento colaborativo	33
6.2 El impacto económico de la movilidad compartida	37
6.3 El impacto económico de las nuevas formas de financiación ...	38
7. Conclusiones	39
8. Bibliografía	41
CAPÍTULO 2. Aspectos jurídicos de la economía colaborativa y bajo demanda en plataformas digitales.	43
1. Introducción	43
1.1. Introducción a los modelos colaborativos y bajo demanda en plataformas digitales	44
1.2. <i>Ubi sunt?</i> La «tragedia» de la economía colaborativa	47
2. Plataformas digitales como mercados multilaterales	49
2.1. Eliminación de los fallos de mercado en las plataformas digitales	52
2.1.1. <i>Información asimétrica</i>	52
2.1.2. <i>Costes de transacción</i>	53
3. Problemáticas sectoriales	54
3.1. Movilidad	54
3.1.1. <i>Movilidad urbana.</i>	55
3.1.1.1. El caso UberPOP	57

3.1.2.	Movilidad interurbana	59
3.2.	Alojamiento.	60
3.3.	Finanzas.	61
4.	Regulación de la economía colaborativa	62
4.1.	Plataforma digital y actividad subyacente	62
4.2.	Normativa aplicable y autorregulación.	65
4.3.	<i>Level playing field</i> , ¿qué <i>level playing field</i> ?	67
5.	Problemáticas horizontales.	67
5.1.	Problemática fiscal	68
5.2.	Problemática laboral	68
5.3.	Problemática de protección de los consumidores	70
5.4.	Problemática de los requisitos de acceso al mercado	71
6.	La problemática de la unidad de mercado en España	71
7.	Propuestas y conclusiones	72
8.	Bibliografía.	74

CAPÍTULO 3. Régimen de responsabilidad de las plataformas que operan en el ámbito de la economía colaborativa

1.	Introducción	77
2.	Prestadores de servicios de la Sociedad de la Información	78
3.	Régimen de responsabilidad de los prestadores de servicios de la Sociedad de la Información	79
4.	Doctrina jurisprudencial en materia de responsabilidad de prestadores de servicios de la Sociedad de la Información	85
5.	Las plataformas del ámbito de la EC en tanto que prestadores de servicios de la Sociedad de la Información.	92
6.	Conclusiones	99
7.	Bibliografía y referencias normativas y jurisprudenciales	99

CAPÍTULO 4. El poder de mercado de las plataformas colaborativas.

1.	Introducción	103
2.	La delimitación del mercado relevante	104
3.	Los efectos de red como barreras de entrada	108
4.	El poder sobre el precio	110
5.	Conclusiones	112
6.	Bibliografía, jurisprudencia y documentación	113

CAPÍTULO 5. Retos para la competencia de las plataformas digitales de economía colaborativa

1.	Introducción	117
2.	Las plataformas como sujeto pasivo de la política de competencia	118
3.	Aspectos económicos del impacto de las plataformas en la competencia	125
4.	El papel de los precios en el impacto en la competencia de las plataformas	129

5. Conclusiones	134
6. Bibliografía.	136

CAPÍTULO 6. Consumo colaborativo en los sectores del alojamiento y del transporte: la respuesta de los Estados a través de la fiscalidad

1. Una fiscalidad propia para la economía colaborativa (EC)	139
2. Alojamiento colaborativo. Fiscalidad de usuarios oferentes y prosumidores. El problema del ánimo de lucro y del carácter profesional de la actividad. Algunas propuestas	142
2.1. Introducción	142
2.2. Impuestos sobre el beneficio obtenido por personas jurídicas. . .	143
2.3. Impuestos sobre las rentas obtenidas por personas físicas	143
2.4. Fiscalidad de la prestación del servicio de alojamiento colaborativo (homesharing)	146
2.5. El fomento de la EC a través de medidas fiscales. El ejemplo de los países de nuestro entorno.	148
3. Fiscalidad del transporte colaborativo	150
3.1. Delimitación conceptual.	150
3.2. Fiscalidad del carpooling (en torno al modelo BlaBlaCar)	152
4. Las plataformas intermediarias. Su papel en la prevención y represión del fraude fiscal	153
4.1. Consideraciones Generales	153
4.2. Medidas de aseguramiento del pago de impuestos. La experiencia de otros países.	154
5. Conclusiones	157
6. Bibliografía.	158

CAPÍTULO 7. Cultura de Compliance y economía colaborativa

1. ¿Es posible una cultura de compliance en organizaciones titulares de plataformas digitales de la economía colaborativa?	161
2. El contexto y la tipología de las organizaciones titulares de plataformas digitales de la economía colaborativa como punto de partida para el establecimiento de sistemas de compliance.	163
3. Riesgos de incumplimiento en organizaciones titulares de plataformas digitales de la economía colaborativa y control de actividades: evaluación de riesgos, socios de negocio y sistemas de gestión de compliance .	168
3.1. La evaluación del riesgo ¿hasta dónde?	170
3.2. Los socios de negocio en la economía colaborativa.	171
3.3. Hacia el establecimiento de sistemas de gestión de compliance: liderazgo y estructura PDCA.	173
4. Conclusiones. Hacia un modelo de compliance para la economía colaborativa	176
5. Bibliografía.	177

CAPÍTULO 8. Plataformas digitales y trabajo	179
1. Introducción	179
2. Aspectos característicos	182
2.1. Nuevas empresas, el «Director de Orquesta»	183
2.2. Transparencia	183
2.3. Confianza	184
2.4. Flexibilidad	185
3. Regulando las relaciones entre operadores y usuarios	187
3.1. Consideraciones previas sobre la regulación	187
3.2. El régimen de autónomos como solución	189
3.3. Resoluciones de referencia hasta la fecha	192
3.3.1. Caso Lyft	192
3.3.2. Caso Take Eat Easy	193
3.3.3. Caso Uber	193
3.3.4. Caso Deliveroo	194
4. Conclusiones y propuestas	194
4.1. Promover un observatorio sobre la plataformización del trabajo	195
4.2. El desarrollo de la figura del autónomo parcial	196
4.3. Establecimiento de un criterio mercantil en las relaciones entre plataformas y usuarios	196
5. Bibliografía	197
CAPÍTULO 9. Dataísmo, transparencia y protección de datos	199
1. Dataísmo: la nueva religión	199
2. Los datos personales en la economía colaborativa: tipos de negocios, tipos de relaciones	200
3. El uso del Big Data en la economía colaborativa tras el RGPD	204
3.1. Definición y aspectos distintivos	204
3.1.1. El uso de algoritmos	205
3.1.2. Opacidad de la elaboración	205
3.1.3. Recogida de todos los datos	206
3.1.4. Reutilización de datos	206
3.1.5. Uso de nuevos tipos de datos	206
3.2. El perfilado en el RGPD	206
3.3. Transparencia y consentimiento	210
3.3.1. Los problemas de los avisos de privacidad: ¿es el big data demasiado difícil de explicar?	214
3.4. La responsabilidad de las plataformas	216
4. Bibliografía	217
CAPÍTULO 10. Las comunidades autónomas ante el alojamiento colaborativo	221
1. Introducción	221

2. Breve consideración a las competencias turísticas de las Comunidades Autónomas	223
3. Objeto contractual de la distribución mediante plataformas	225
4. El rol de las plataformas y la regulación de los operadores	230
5. El contenido de las normativas turísticas autonómicas	235
6. Breves conclusiones	241
7. Bibliografía.	242

CAPÍTULO 11. Normativa en materia de viviendas turísticas: «Patologías» existentes

1. Introducción	245
2. Dificultades surgidas en relación a la regulación legislativa de los nuevos modelos de negocio	246
3. Antecedentes históricos y legislativos de la regulación de las viviendas de uso turístico	247
4. Ejemplos de «judicialización» del conflicto generado por la dispersión normativa en la regulación de las viviendas de uso turístico	251
4.1. Islas Canarias	252
4.2. Comunidad de Madrid	254
4.3. Andalucía.	256
4.4. Islas Baleares	258
5. Conclusión.	260

CAPÍTULO 12. La financiación colectiva en el marco de la economía colaborativa

1. El cambio de paradigma socioeconómico producido en el siglo xxi	263
1.1. La tecnología y la crisis económica como presupuestos socioeconómicos que llevan al individuo a formar parte de comunidades	263
1.2. La vuelta al modelo de comunidad como eje del sistema económico	265
1.3. El <i>crowdfunding</i> como forma de financiación de la economía colaborativa	267
2. De la comunidad de mecenas a las comunidades de inversores como elemento definidor del <i>crowdfunding</i>	270
2.1. Incidencia de la dispersión normativa en los sujetos que aportan dinero a un proyecto de <i>crowdfunding</i>	270
2.2. Requisitos para quedar encuadrado en una clase de inversores. .	274
3. Estado actual del <i>crowdfunding</i> en España: problemas vigentes y propuestas de mejora	277
3.1. Implantación en la praxis y posible normativa comunitaria de <i>crowdfunding</i>	277
3.2. Limitaciones de la LFFE que impiden un mayor éxito del <i>crowdfunding</i> de inversión	280

3.3.	Aspectos críticos del <i>crowdfunding</i> de recompensas en su aplicación práctica	281
4.	Bibliografía.	284
 CAPÍTULO 13. Autorregulación, corregulación y soft law para avanzar en el desarrollo de la economía colaborativa		
1.	El cambio de paradigma	285
2.	La innovación también debe alcanzar el modo en que regulamos.	288
2.1.	¿Para qué regular?.	288
2.2.	Hacia un nuevo modelo de regulación	291
3.	Un nuevo modelo basado en los datos	294
3.1.	Un modelo basado en el soft law. Las «olas de regulación»	294
3.2.	Un modelo basado en los datos	296
3.3.	La plataforma como instrumento al servicio de la regulación. . .	299
3.4.	Un modelo de corregulación o autorregulación tutelada. La APIficación de los datos	302
4.	Bibliografía.	306