

Economía colaborativa y crisis del derecho del trabajo

José Sánchez Pérez

*Profesor contratado doctor (acreditado) de Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social.
Universidad de Granada*

Extracto

La economía colaborativa surge en un contexto propicio de crisis y de derroche. Nos ha llevado a despertar de una pesadilla en un mundo cada vez menos sostenible y nace de una propuesta para cubrir de forma racional necesidades innatas desde un punto de vista individual y colectivo. Se ha pasado desde un viejo modelo de trueque a una versión evolucionada en la que las plataformas digitales han creado una fórmula expansiva del fenómeno sobre la base de la reputación digital. Las diferentes fórmulas del consumo colaborativo han llegado para quedarse. Sin embargo, las grandes plataformas creadas aprovechando el «viento a favor» no se adaptan con facilidad a los clásicos derechos consolidados en el ámbito laboral. Toca, pues, adoptar las medidas necesarias para acomodar los derechos de los trabajadores a las nuevas fórmulas de la economía colaborativa.

Palabras clave: economía colaborativa; plataformas digitales; trabajador por cuenta ajena; trabajador autónomo; consumidores.

Fecha de entrada: 03-09-2018 / Fecha de aceptación: 15-11-2018

Cómo citar: Sánchez Pérez, J. (2019). Economía colaborativa y crisis del derecho del trabajo. *Revista de Trabajo y Seguridad Social. CEF*, 430, 75-100.



Sharing economy and crisis of labor law

José Sánchez Pérez

Abstract

Sharing economy arises in a propitious context of crisis and waste. It has led us to wake up from a nightmare in a world that is becoming less sustainable. There has been a shift from an exchange model to an evolved version of digital platforms creating an expansive model on the basis of digital reputation. The different ways of collaborative consumption are here to stay. However, the platforms created with favorable wind cannot be easily adapted to the vested rights at the working level. So we need to take the necessary measures to accommodate the workers' rights to the new reality of sharing economy.

Keywords: sharing economy; platform work; employee; self-employed worker; consumers.

Citation: Sánchez Pérez, J. (2019). Sharing economy and crisis of labor law. *Revista de Trabajo y Seguridad Social. CEF*, 430, 75-100.

Sumario

1. El origen de la economía colaborativa
 - 1.1. El concepto de economía colaborativa
 - 1.2. Los elementos constitutivos de la economía colaborativa
 - 1.3. El reto de la adaptación normativa de las nuevas fórmulas de intercambio
2. La incidencia en los distintos sectores de la economía colaborativa
 - 2.1. Sector del transporte
 - 2.2. Sector inmobiliario
 - 2.3. Sector turístico
 - 2.4. Sector financiero
 - 2.5. Sector de la enseñanza
 - 2.6. Sector de servicios profesionales
 - 2.7. Otros sectores
3. La economía colaborativa en España
 - 3.1. La regulación de las nuevas fórmulas de negocio propuestas por la economía colaborativa y el «asedio» a los derechos laborales
 - 3.1.1. Las aportaciones a la sociedad de la economía colaborativa
 - 3.1.2. Los inconvenientes asociados a la economía colaborativa desde la perspectiva del derecho del trabajo
 - 3.2. La respuesta de los tribunales ante las situaciones de conflicto generadas por la economía colaborativa
4. Ideas conclusivas desde la óptica laboralista acerca de la economía colaborativa en España

Referencias bibliográficas

La economía colaborativa, una de las tendencias de negocio más innovadoras de 2015, será una de las diez grandes ideas que cambiarán el mundo.

B. Walsh

1. El origen de la economía colaborativa

Desde la antigüedad, el hombre ha llevado a cabo, cuando vivía en pequeñas comunidades, el trueque de productos o de servicios que, en ocasiones, incorporaba a las comunidades próximas. Estas fórmulas de intercambio persisten hoy en día en pequeñas comunidades en dificultades económicas o con escasez de medios financieros.

El término «colaboración», asociado a variables económicas, suscita un enconado debate que no se muestra fácilmente abordable. Resulta, en cierto modo, contradictorio que en la época del máximo desarrollo de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y de la globalización aparezca un nuevo modelo cuyo origen se encuentra en las antiguas raíces de intercambio.

Joseph Stiglitz, Premio Nobel de Economía, puso de manifiesto que «los jóvenes estaban cansados e indignados de que tanta gente lo estuviera pasando mal, de que tantos estuvieran perdiendo su vivienda y su empleo», fijando el punto de atención en tres elementos que habían mostrado una dimensión mundial del problema: «Los mercados no estaban funcionando, ya que no eran eficientes ni estables, el sistema político no había corregido los fallos del mercado y, por último, los sistemas económico y políticos eran injustos» (Stiglitz, 2012, p. 25).

Con el avance inexorable de la crisis económica de alcance mundial, comenzó a extenderse la idea de que se cuenta con grandes cantidades de recursos infrutilizados, pese a lo cual, persistía la incapacidad para generar empleos.

Las nuevas soluciones que se proponen plantean incrementar el desarrollo a través de un progreso económico inteligente, recurriendo a la fórmula de la sostenibilidad e integración que vendría asociada a la creación de empleos, la mejora de la productividad y la cohesión social. Este modelo de economía colaborativa vendría a mostrar un perfil horizontal e innovador que, sirviéndose de las plataformas digitales, ofrecería la opción de optimizar los activos infrutilizados favoreciendo la creación de nuevas fórmulas productivas.

Como se ha constatado, el fenómeno persistente de la crisis económica ha incrementado notablemente las dificultades para la adquisición de bienes o servicios de consumo, facilitando la búsqueda de medios alternativos para el acceso a los mismos. A ello ha venido a contribuir como factor decisivo la popularización de las redes sociales, junto a la caída de precios en los datos móviles. Se han creado así redes de interrelación e intercambio de valoraciones y opiniones que han facilitado el avance transformador desde el intercambio local hacia un fenómeno globalizado con inclusión de sectores de población cada vez más amplios (Navio, Santaella, Portilla y Martín, 2016, p. 7).

Tradicionalmente, la economía colaborativa se consideró como una actividad económica de carácter marginal. No obstante, con el impacto global que han alcanzado varias empresas de economía colaborativa, gracias al fenómeno expansivo de las redes sociales, se ha producido un avance cualitativo importante con gran impacto económico en determinados sectores.

1.1. El concepto de economía colaborativa

El término «colaboración», referido a la economía, integra una perspectiva multidisciplinar que no solo se configura desde una visión meramente económica, sino que alude también a una propuesta de alcance filosófico y jurídico.

Siguiendo la propuesta formulada, la nueva tendencia social permite volver a los clásicos esquemas de intercambio en los que se busca maximizar los recursos disponibles como idea de referencia para el desarrollo y el emprendimiento. Se trataría, en cierto modo, de encontrar una respuesta eficaz frente al modelo de economía liberal sustentado en la obsolescencia programada que se ha ido imponiendo con el paso del tiempo.

Según Ruiz y Romero (2011, p. 132), el modelo económico liberal se ha sustentado durante décadas en una sociedad de consumo que ofrece como prototipo no solo la satisfacción de necesidades, sino la creación de otras tantas a través de la publicidad, las facilidades de financiación y el modelo de obsolescencia programada, a tenor del cual, los productos ofrecen solo un periodo de vida útil para que la cadena de producción se mantenga permanentemente activa.

En el modelo inicial de consumo, se producía para que los productos, compitiendo en calidad con los de otras marcas, fuesen usados durante largo tiempo, admitiendo incluso la posibilidad de reparación para que el artículo adquirido mantuviese la capacidad de uso. Sin embargo, con el transcurso del tiempo, y de forma más acentuada en la actualidad, se impone la programación de un tiempo de vida útil de los productos para que, con la mayor rapidez posible, tengan que ser sustituidos por otros que cumplen básicamente la misma función o finalidad.

La práctica descrita se consolida a partir de los años veinte del pasado siglo. Los fabricantes se plantean limitar la duración de los productos creados para provocar, de esta

manera, la necesidad de sustituirlos por otros. La estrategia consiste en dificultar la reparación, de modo que una cantidad limitada más de dinero pudiera facilitar la adquisición del producto nuevo; con lo que se introduce la práctica de usar y tirar.

La programación de la vida útil de los productos en ocasiones se exterioriza de manera grosera, como en aquellos casos en los que las impresoras dejan de funcionar al alcanzar un número predeterminado de copias, o se bloquean, indicando falsamente que algún componente ha dejado de funcionar. El máximo exponente de esta desbordante práctica se encuentra en la telefonía móvil. Resulta muy común que estos aparatos no superen un periodo de vida útil de uno o dos años. La estrategia comercial busca introducir adaptaciones o modificaciones que ofrezcan la falsa necesidad de sustitución pese a que el teléfono siga funcionando de forma correcta. En otras ocasiones, disponen de baterías que no se pueden desacoplar, por lo que, si estas fallan, el aparato necesariamente ha de ser sustituido. En otros casos, también muy recurrentes, los costes de reparación de las averías son extraordinariamente altos, lo que lleva a que resulte más asequible para el usuario realizar una nueva adquisición.

La primera ocasión en la que se aplicó el criterio de la obsolescencia programada tuvo lugar con la bombilla con filamento inventada en 1895. Más adelante, en el año 1924, se creó en Ginebra un cartel, el denominado «Comité de las 1.000 horas», con el objetivo de fiscalizar la producción mundial de bombillas, controlando la producción y obligando al consumidor a adquirir nuevas bombillas al limitarse artificialmente la vida útil del producto más allá de las 1.000 horas.

Hoy, la sensibilización frente a este tipo generalizado de comportamientos advierte que nos dirigimos hacia un mundo insostenible, lo que ha facilitado las primeras iniciativas legislativas para revertir la situación. A este respecto, la Ley de transición energética francesa para el crecimiento verde del año 2015 ofrece un tratamiento integral del problema y llega a tipificar como delito las prácticas acreditadas de obsolescencia programada (Collin, 2016).

La economía colaborativa ha mostrado una proyección global que se ha reflejado en la mayoría de los países occidentales. Thomas Friedman (2013), columnista de *The New York Times*, ha expresado de forma gráfica, en relación con la economía colaborativa, que «esta nueva era ha creado nuevas formas de emprender», dando lugar a una respuesta disruptiva y a la vez novedosa y dinámica que pretende responder a la inequidad y a la ineficiencia de nuestro mundo actual. La economía colaborativa aparece estrechamente vinculada a la tecnología y al comportamiento asociado a los hábitos desplegados en el uso de las redes sociales y permite la optimización de recursos infrautilizados ya que facilita que estos se compartan, se intercambien o alquilen utilizando plataformas creadas al efecto.

Los nuevos hábitos que se imponen favorecen la práctica de intercambios justos «entre pares» –traduciendo la expresión anglosajona *pair to pair*– facilitando el acceso a una relación de beneficios, bienes y servicios sin los elevados costes asociados que derivan de

la adquisición de la propiedad del bien. A ello cabría sumar el ahorro en dinero, espacio y tiempo al facilitar la ampliación de contactos y relaciones sociales.

Este modelo de economía incorpora aquellos modelos de intercambio económico en los que se produce una comunicación entre iguales, utilizando plataformas diseñadas desde aplicaciones tecnológicas. Surge así un entramado de relaciones económicas que no se sustenta en la acumulación de propiedades, sino que se apoya en la especialización y limitación de bienes propios, compartiendo su uso con otros usuarios, pudiendo fijarse una compensación de tipo monetario, facilitando el cambio de la economía clásica hacia una nueva economía digital (Navio *et al.*, 2016, p. 7).

A partir de este planteamiento se elabora un modelo que se articula sobre plataformas tecnológicas basadas en la experiencia previa y en la participación ciudadana que funciona de forma autónoma e independiente, generando negocios e intercambios vinculados a la «buena» reputación y la relación entre pares, y en el que el objetivo referente es la optimización de activos y el uso compartido.

Pese a la común extensión del término «economía colaborativa», no existe una expresión que haya generado un consenso absoluto sobre lo que ha de ser calificado como economía colaborativa o participativa. Ello deriva de que la realidad de las plataformas de consumo colaborativo muestra perfiles claramente dispares; no siempre son transparentes las actividades que tradicionalmente se apoyan en el intercambio tradicional de bienes y servicios aprovechando las ventajas asociadas a la digitalización (Cavas, 2017, p. 27).

Pese a que las plataformas iniciaron su andadura con un exclusivo espíritu colaborativo, hoy la mayoría de ellas ha optado por perseguir el ánimo de lucro. En las primeras se trataba de poner en contacto a usuarios que simplemente deseaban compartir recursos, mientras que la segunda opción identificaba a aquellas plataformas directamente confeccionadas con el objetivo directo de obtener beneficios. El fenómeno ha sido tan expansivo que la realización de las actividades desarrolladas se ha convertido en el medio de vida habitual tanto para los creadores de las mismas como para los prestadores de servicios vinculados a ellas.

En la forma genérica expuesta de economía colaborativa se ha identificado con características propias el fenómeno de la *gig economy* (Ginès, 2018, p. 92). En la misma se puede apreciar cómo aparecen desdibujados los altruistas principios filosóficos que armaron ideológicamente la economía colaborativa, transfigurándose en una «economía a demanda». Aquellos han sido sustituidos con nuevas fórmulas de negocio que han procurado como objetivo de referencia multiplicar exponencialmente los beneficios. Esta nueva modalidad aparece distinguida por varios principios y ha provocado la sustitución de las formas tradicionales de empleo por formas de trabajo autónomo. Entre ellos, la superación del principio del servicio como unidad pasa a mutarse en tareas individuales de duración muy limitada en el tiempo. En segundo término, el modelo de negocio se apoya en la externalización del servicio traducida en una convocatoria pública a un número elevado de trabajadores autónomos, creándose una

plantilla amplia de prestadores de servicios para poder ofrecer cobertura a las demandas múltiples que se generan. En tercer lugar, las nuevas tecnologías permiten delimitar en el tiempo con precisión el momento de prestación de servicios ya que se realiza la contratación por el tiempo estrictamente necesario para llevarla a cabo (Dagnino, 2015, p. 5).

La contratación a demanda facilita la reducción de costes para la empresa, dado que permite la sustitución de trabajo por cuenta ajena por trabajadores autónomos, ya que elimina no solo gastos adicionales, sino los correspondientes a la plantilla y los periodos de inactividad o sin producción que se producen entre servicios (Bergvall-Kåreborn y Howcroft, 2014, p. 215).

1.2. Los elementos constitutivos de la economía colaborativa

El modelo se caracteriza habitualmente por una transacción que se produce entre dos partes que facilita el uso compartido de un activo o de un servicio, lo que genera un beneficio mutuo. La diferencia, frente a la actividad desarrollada por la tradicional empresa de alquiler de bienes o servicios, radica en que esta es propietaria del bien que se cede.

En la versión actualizada de la economía colaborativa, una aplicación o un servicio vienen a poner en conexión al propietario del activo infrautilizado con aquel que desearía usarlo. El modelo de negocio utilizado a través de las plataformas digitales ha generado la sustitución de formas de cierta estabilidad en el empleo por el trabajo autónomo, lo que ha reubicado el riesgo implícito de la actividad productiva traspasándolo desde el empleador «al último eslabón de la cadena productiva» (Dagnino, 2015, p. 5). La forma que describe esta modalidad de empleo ha venido a provocar el escapismo frente a los rígidos corsés y la cadena de obligaciones laborales y de Seguridad Social que generan las normas laborales.

La caracterización del modelo de economía colaborativa responde a la inclusión de tres elementos o principios característicos. En primer lugar, se produce un contacto permanente entre productor y consumidor, por lo que existe un flujo fluido de información. En segundo lugar, se da una conexión entre iguales apoyada en una plataforma digital. Y en tercer lugar, se produce una colaboración *inter pares*.

La situación de necesidad que pretende satisfacer la economía colaborativa no es algo novedoso, dado que siempre han existido propietarios de bienes infrautilizados como, por ejemplo, un automóvil o una o varias habitaciones en una vivienda. En estos casos, la búsqueda de usuarios con los que compartir se llevaba a cabo a través de fórmulas sumamente restringidas a través de los miembros de la comunidad de residencia o de anuncios. Lo que precisamente ha cambiado de forma radical los usos establecidos han sido las plataformas informáticas a través de los teléfonos móviles y los ordenadores, las cuales han incrementado de forma exponencial la posibilidad de localizar usuarios dispuestos a hacer uso de los bienes infrautilizados, incluso desde localizaciones remotas, inimaginables en el modelo precedente.

Esta agilidad en la materialización de la transacción ha permitido ofrecer una nueva situación de ruptura con el modo tradicional de hacer las cosas, aprovechando las oportunidades de la tecnología móvil y digital.

En este contexto, internet se presenta como una herramienta dinamizadora, democrática y descentralizada que ha venido a provocar «una revolución sociotecnológica» y que ofrece la oportunidad de generar interacciones. Este nuevo avance tecnológico libera límites espaciales y genera la creación de redes de carácter personal y corporativo que han provocado una reestructuración de la vida social (Castells, 2014, p. 132).

En el nuevo modelo, los consumidores buscan reducir el alto coste que se asocia a la propiedad; se ha incrementado el interés por alquilar y compartir bienes. Se incide así en una mayor interacción social fortaleciendo un intercambio horizontal que se produce entre pares y, al mismo tiempo, en una fórmula más viable para el desarrollo social y económico. Seguramente, la tarea más importante no se centra tanto en luchar contra los nuevos modelos de economía colaborativa, sino en prevenir que no se provoque un hueco excesivo entre quienes manejan las plataformas digitales y la población trabajadora (Botsman y Roo, 2011).

1.3. El reto de la adaptación normativa de las nuevas fórmulas de intercambio

El carácter disruptivo de la economía colaborativa, su crecimiento exponencial y el impacto social creado han puesto sobre la mesa las dificultades que derivan de la incertidumbre reguladora sobre la que se asientan las nuevas prácticas (Todolí, 2017).

La primera gran dificultad que se suscita viene asociada a la acusación que se realiza de competencia desleal y de incumplimiento de la normativa fiscal y laboral vigente, advirtiéndose que ni los sectores tradicionales de la economía ni las instancias normativas han podido reaccionar a tiempo de ofrecer respuestas reguladoras adecuadas ante la ola de cambios que se ha producido.

Como se ha llegado a apreciar, la rígida regulación preexistente no casa de forma adecuada con las propuestas de innovación, investigación y desarrollo que las empresas de la economía colaborativa proponen.

En relación con la normativa aparecida en nuestro entorno, resulta particularmente significativo el Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre «Consumo colaborativo o participativo: un modelo de sostenibilidad para el siglo XXI» (Dictamen de iniciativa 2014/C 177/01). Entre sus conclusiones o manifestaciones, destaca la que se identifica como 1.1, que viene a indicar que:

El consumo colaborativo o participativo se extiende cada vez a más comunidades y ciudades de todo el mundo, que usan las redes tecnológicas para hacer más con menos mediante actividades como el alquiler, el préstamo, el intercambio, el trueque, el regalo o compartiendo productos a una escala antes inimaginable.

A continuación, en la conclusión-recomendación 1.2 se anticipa la incidencia de esta nueva modalidad económica considerando la «transformación conceptual del trabajo» vinculado al consumo colaborativo o participativo y advirtiéndose la potencialidad existente en la creación de empleo durante los próximos.

Así, prosigue la conclusión-recomendación 1.3, el consumo colaborativo ofrece un complemento ventajoso desde la perspectiva innovadora, económica y ecológica a la economía del consumo y aporta «una solución a la crisis económica y financiera en la medida que posibilita el intercambio en casos de necesidad».

Acto seguido, se aborda, en la conclusión-recomendación 1.4, la necesidad de acometer, previa realización de los estudios pertinentes, una regulación y ordenación de las prácticas desarrolladas a través de la economía colaborativa para establecer los derechos y las responsabilidades de los agentes que operan en las mismas. Se aprecia además que, por esta vía, se pueden cubrir de forma complementaria necesidades sociales desde una perspectiva no comercial y, por otra parte, «contribuir, como actividad con ánimo de lucro, a generar empleo, cumpliendo con las normas fiscales, normas de seguridad, responsabilidad, protección del consumidor y demás normas imperativas».

La economía colaborativa, sin el apoyo digital que ha facilitado su desarrollo exponencial, habría tenido un impacto mucho más limitado sin que su previsible proyección pudiera alcanzar más allá de un modelo de trueque mejorado. En este contexto, son las plataformas digitales las que focalizan la atención de los ciudadanos demandando una regulación normativa adecuada.

Pese a todo, resulta constatable que el nuevo modelo de negocio provoca una espiral a la baja que afecta a las retribuciones o condiciones económicas percibidas por los prestadores de servicios. Así, las plataformas digitales generan una tendencia natural hacia el monopolio que facilita el incremento de la competencia y la rebaja de las condiciones económicas ofertadas a través de la plataforma (Smicek, 2016, p. 45). Esta imposición unilateral de condiciones laborales ha provocado una «grieta laboral» cuyos principales damnificados en España se han identificado de inmediato con los denominados falsos autónomos (Gutiérrez, 2016). Incluso, en el supuesto de que los honorarios resultaran iguales o superiores, considerando el mayor tiempo a disposición del empleador, el salario/hora finalmente se resiente de forma significativa.

A la hora de acometer la regulación normativa de las nuevas prácticas vinculadas a este nuevo modelo económico, se han de tener presentes varios principios. Entre ellos, resulta necesario tener presente la defensa y protección del consumidor, la introducción de criterios flexibles en materia fiscal, la salvaguarda de los derechos laborales de los

trabajadores evitando la fraudulenta elusión de derechos consolidados y la eventual eliminación de trámites administrativos y barreras que limiten o impidan la reconversión o adaptación de los sectores afectados.

2. La incidencia en los distintos sectores de la economía colaborativa

Los sectores de vivienda y transporte han ejemplificado el fenómeno expansivo de la economía colaborativa. En este campo, empresas como Airbnb y Uber han alcanzado una notoriedad que ha roto fronteras. La implantación a velocidad exponencial de este tipo de empresas en el mercado ha provocado tensiones significativamente altas cuando las cifras de negocio generadas han entrado en directa competencia con las empresas tradicionales de cada sector.

2.1. Sector del transporte

En este ámbito aparecen empresas que perciben una comisión por poner en contacto a profesionales del sector con clientes que demandan los servicios. Entre ellas, Cabify o Uber mantienen este modelo y dan cobertura a desplazamientos normalmente de carácter urbano.

Cabify ofrece servicios en los que pone en contacto a través de una aplicación a conductores profesionales con vehículos de alta gama (Audi, Mercedes, BMW, Tesla, etc.) con clientes que demandan sus servicios. El cliente no lleva a cabo ninguna transacción económica con el conductor. El usuario ha de registrarse y darse de alta en la aplicación informática o en el teléfono móvil de la empresa; a continuación, concreta el desplazamiento solicitado y recibe un presupuesto que puede abonar en el momento.

Uber, por su parte, también facilita el desplazamiento a los usuarios de la plataforma poniéndoles en contacto con conductores profesionales. En este caso, los usuarios solicitan un coche indicando el lugar y la hora en que precisan la realización del desplazamiento de modo que la plataforma permite contactar con algún conductor que se encuentre cerca del punto de partida. Una vez finalizado el transporte, la aplicación carga en la cuenta del cliente una cantidad que la aplicación calcula a tenor de la distancia recorrida, reteniéndose para la empresa un importe equivalente al 20 % en concepto de comisión.

Desde otra perspectiva, la red social BlaBlaCar incorpora otro concepto, pues no recurre a conductores profesionales, sino a personas que han de realizar un trayecto común. Pese a lo que pueda parecer, no se pone en contacto a personas de forma aleatoria, sino que en la propia página web figura el perfil de las personas que comparten vehículo. Allí aparecen los gustos de cada usuario, sus preferencias e, incluso, la opinión de otros usuarios. Se fortalece no solo la confianza entre los usuarios, sino una fórmula de ahorro res-

ponsable de recursos. En estos casos, lo habitual no es el desplazamiento dentro de la misma localidad, sino de media o larga distancia.

La plataforma BlaBlaCar, que inicialmente aducía que era una mera plataforma digital, carente de flota propia de vehículos, ha procedido a incluir cambios en sus servicios de modo que, en el momento en que se comunica la decisión del viaje compartido, se abona el viaje incluyendo una comisión aplicada a la intermediación realizada. Este hecho también coincide con una nueva práctica que facilita el crecimiento de la plataforma: se trata de la aparición de una plataforma de conductores cuya finalidad no reside en compartir gastos, sino en la generación de un beneficio derivado del cobro a los acompañantes del importe del viaje.

2.2. Sector inmobiliario

En este ámbito, desde que surgió el fenómeno de internet, aparecieron portales web que facilitaban la compraventa y el alquiler de viviendas. Los usuarios incluían sus anuncios, a los que podían acceder cientos de personas, lo que podía incrementar de forma exponencial las opciones de concretar las operaciones deseadas.

En este contexto, se dibujaba uno de los costes más elevados de las empresas para el desarrollo de su actividad. Surge así la opción de compartir el espacio físico de los centros de trabajo u oficinas, adaptándose al modelo de la economía colaborativa, con la aparición de la posibilidad de compartir espacios de trabajo con la única y exclusiva finalidad de ahorrar costes para las personas que los utilizan. De este modo, se desarrolla la gestión compartida no solo de espacios inmobiliarios –tales como garajes o salas de reuniones–, sino de servicios entre los que cabría citar telefonía, recepción o equipamientos. Todo ello ha permitido en múltiples supuestos abaratar costes en el desempeño de una actividad profesional (Triguero, 2018).

En la forma descrita han surgido aplicaciones que han permitido concertar de forma temporal el uso de plazas de garaje privadas facilitando una utilización más racional del tiempo en el que los usuarios no hacen uso de las mismas.

En lo que se refiere a la compartición de espacios de trabajo como la oficina, el término inglés *coworking* ha venido a describir un fenómeno evolutivo de esta práctica. No se trata de compartir meramente un espacio físico, sino de desarrollar fórmulas de colaboración entre las personas que pactan el uso de este espacio compartido (Triguero, 2016, pp. 82 y ss.).

Se suele recurrir en estos casos a un diseño moderno, buscando ofrecer una imagen profesional que permita traducirse en confianza respecto a los clientes. La fórmula de pago en los casos descritos suele ser flexible, dependiendo tanto del espacio utilizado como, eventualmente, del tiempo en que se disponga del espacio ocupado.

La fórmula permite incluso poner en contacto a profesionales o empresarios de distintas especialidades, lo que permite crear vínculos que, con frecuencia, suelen fraguar en proyectos de los que derivan nuevas oportunidades de negocio. Uno de los planteamientos puestos en marcha se traduce en la actuación conjunta de empresas o profesionales de distintas áreas, que no compitan entre sí, pero que pueden ofrecer un servicio complementario aprovechando con frecuencia la diversidad de ofertas para los diferentes clientes.

También se ha de tener presente que, a partir de la compartición de espacios, se facilita también compartir bienes, servicios e incluso infraestructuras, con la idea referente de la reducción de costes.

2.3. Sector turístico

En este ámbito se ha producido uno de los cambios más radicales dentro de la denominada economía colaborativa. El mercado tradicional experimentó una evolución notable con la difusión propiciada por las páginas web. El mercado de alquiler, tradicionalmente centrado en la vivienda habitual, ha quedado desbordado por el alquiler vacacional. En nuestro país se han visto particularmente afectadas las zonas turísticas de costa, especialmente durante los meses de vacaciones, que se han acomodado a las demandas de alquiler turístico dirigido a estancias, con frecuencia, de corta duración. El desarrollo de portales especializados ha facilitado en este sector el notable incremento de la economía colaborativa.

Gran cantidad de usuarios han modificado sus hábitos al preferir, en lugar de un hotel para estancias cortas, alquilar un apartamento, una casa o una habitación a un particular. Esta alternativa suele ofrecer, aparte de un coste más reducido, otras ventajas como una relación más directa con la población del entorno o el lugar visitado.

El ahorro en el gasto vacacional y el acceso a la información a través de las aplicaciones informáticas ha facilitado la proliferación de plataformas que han tenido como referente Airbnb. Hoy en día, millones de viajeros han hecho uso de esta aplicación para reservar alojamientos en todo el mundo. La aplicación actúa como intermediaria entre el huésped y el anfitrión y ofrece una amplia información del alojamiento, actividad por la que percibe una comisión por cada reserva que se materializa.

El intercambio de viviendas constituye asimismo una modalidad particular dentro de este sector. No se produce una transacción económica entre los intervinientes, sino que ambos ocupan el papel de anfitrión y huésped. La forma de operar de las aplicaciones que intervienen como intermediarios (*v. gr.*, <<https://www.intercambiocasas.com>>) se apoya en la confianza y seguridad de los usuarios. El modelo económico utilizado se traduce en una cuota por el acceso a la plataforma, por la que se accede a la posibilidad de ofrecer e intercambiar casas.

2.4. Sector financiero

El desarrollo de internet ha facilitado la expansión de nuevos modelos de negocio. Nuevas generaciones de emprendedores exponen sus ideas buscando la financiación precisa para hacer realidad sus proyectos en un entorno de crisis que se incrementó de forma notable a partir de la crisis financiera de 2008. Desde esta fecha, el mercado de crédito está prácticamente cerrado, lo que facilita un contexto ideal para el desarrollo de proyectos de economía colaborativa dentro del sector financiero.

Sobre esta realidad surge el *crowdfunding*, que facilita la financiación de proyectos de forma masiva o colectiva. También da cabida a la microfinanciación o el micromecenazgo, que permiten a través de pequeñas aportaciones (o no tan pequeñas) alcanzar los importes necesarios para poner en marcha un determinado proyecto.

Hay multitud de plataformas que se han creado con el fin indicado en busca de financiación y en las que los inversores buscan como contraprestación recibir la confianza en la obtención de beneficios. Normalmente, cuando se lanza un proyecto, suele fijarse un plazo de financiación que suele estar en torno a 60 días. Se adjunta la documentación del proyecto y se fija una rentabilidad o compensación por las aportaciones realizadas. Puede traducirse en una recompensa predeterminada por la aportación; la entrega de acciones; se puede fijar una devolución con intereses de las aportaciones realizadas, o bien, la aportación puede tratarse de una mera donación si el proyecto planteado tiene fines solidarios. La plataforma suele retener una comisión de entre el 3 y el 6 % de las cantidades aportadas.

Ha de tenerse en cuenta, en este caso, que la microfinanciación no muestra un perfil de competencia con la banca tradicional, sino que ofrece una función que puede considerarse complementaria. Se trata en buena parte de proyectos de pequeña dimensión, de riesgo elevado y que suelen ofrecer pocas probabilidades de rentabilidad a corto y medio plazo. Estas condiciones son poco propicias para su aceptación por la banca tradicional.

En nuestro país, intentó poner orden en la materia la Ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial. Básicamente, se establecen unos requisitos mínimos para que las plataformas puedan incluirse en un registro oficial que garantice su viabilidad o la adecuada respuesta a las incidencias que pudieran surgir. Entre las condiciones financieras contempladas, se fija un capital social mínimo de 60.000 euros y se exige la concertación de un seguro de responsabilidad civil profesional, así como un aval o garantía equivalente que facilite poder responder en supuestos de ejercicio negligente de la actividad profesional, incluyendo una cobertura mínima de 300.000 euros en concepto de reclamación de daños.

2.5. Sector de la enseñanza

La difusión del conocimiento en el ámbito global se traduce en uno de los mayores logros de las nuevas tecnologías de la información. Ahí ocupa un papel destacadísimo la educación,

ya que se han habilitado varias herramientas que facilitan la aparición de nuevos modelos. En primer término, habría de considerarse la reducción de costes gracias a la digitalización de contenidos y su distribución a través de las plataformas digitales. En segundo lugar, la ubicuidad temporal y espacial permite desarrollar un proceso de aprendizaje prácticamente desde cualquier lugar. Y, en último término, la modularidad permite encontrar fórmulas de aprendizaje adaptables a los distintos niveles que puedan ofrecer los usuarios. Cabe así encontrar desde módulos introductorios a cursos muy específicos con distintos niveles de calidad en cuanto a sus contenidos; en esto se han implicado, cada vez más, universidades de prestigio del mundo entero (Navio *et al.*, 2016, p. 32).

Lo anterior permite elaborar *curriculum* personalizados a través de diferentes fuentes formativas, lo que amplía la cualificación cada vez más necesaria para afrontar los retos de la nueva economía. La educación muestra así un perfil cada vez más descentralizado y al alcance de todos los que estén interesados en la formación.

En relación con las empresas que se dedican a los servicios profesionales de educación, cabe destacar los MOOC (*Massive Open Online Courses*). Estas plataformas creadas por universidades, como Harvard, Berkeley o la Carlos III en nuestro país, ofrecen cursos con clases grabadas, material bibliográfico, resolución de supuestos prácticos, foros interactivos, etc., y ofrecen un modelo en expansión.

De otro lado, la educación P2P fomenta el desarrollo de habilidades entre pares. Son particularmente populares las aplicaciones de intercambio de idiomas como Babelia o Duolingo.

Este incipiente modelo se enfrenta al reto de la dificultad en la homologación de títulos, si bien incorpora el reto deducido de que las nuevas fórmulas de trabajo buscan con frecuencia en los trabajadores más la acreditación de habilidades que la exhibición formal de titulaciones.

2.6. Sector de servicios profesionales

En estos supuestos, las plataformas creadas facilitan el contacto entre los usuarios y quienes prestan los servicios. Cada vez son más amplias y variadas las actividades incluidas. Se muestra así una notable capacidad para localizar al profesional deseado y, por otra parte, se puede tener en cuenta de forma decisiva la opinión que otros usuarios hayan realizado de los servicios prestados, circunstancia que puede facilitar la localización de servicios ajustados en cuanto a calidad y precio. Las tarifas a través de este tipo de plataformas suelen ser más transparentes y asequibles que en el modelo tradicional.

2.7. Otros sectores

La economía colaborativa no deja de expandirse hacia múltiples sectores ajustándose a la cobertura de necesidades de los usuarios, tales como la compraventa de productos

de segunda mano, el cuidado de mascotas, la entrega de comida de restaurantes o de comida casera a domicilio.

El fenómeno expansivo de la economía colaborativa no parece encontrar otros límites que la iniciativa emprendedora de quienes buscan ocupar nuevos nichos de mercado, y son múltiples las plataformas digitales que progresivamente los van ocupando.

El propio negocio que se genera da lugar a una presión a la baja relativa a las contribuciones o condiciones económicas recibidas por los prestadores de servicios. Paralelamente, las plataformas digitales muestran una tendencia natural hacia el monopolio (Srnicek, 2016, p. 45) que ofrece la doble consecuencia de integrar la máxima cantidad de prestadores de servicios para ofertar el servicio en todo momento y de generar una competencia que provoca una disminución de los servicios disponibles. Lo expuesto viene a traducirse en un aumento en los periodos de inactividad con la consecuente disminución de la retribución percibida. En este contexto, ante la externalización de servicios, las plataformas no tienen un interés específico en reducir el número de colaboradores y pueden mantener un número superior al óptimo, lo que genera una presión a la baja de los servicios ofertados.

3. La economía colaborativa en España

En países como el nuestro, en que la recesión económica ha sido profunda y prolongada, se puede apreciar una mayor predisposición de los ciudadanos a abordar el cambio de mentalidad preciso para el desarrollo de iniciativas vinculadas a la economía colaborativa.

En ausencia de una definición comúnmente aceptada de lo que sea la economía colaborativa, en España podemos remitirnos al criterio expuesto por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, que afronta la descripción de esta realidad acogidos al criterio de referencia de la Comisión Europea, apreciando que:

Engloba un conjunto heterogéneo y rápidamente cambiante de modos de producción y consumo por el que los agentes comparten, de forma innovadora, activos, bienes o servicios infrautilizados, a cambio o no de un valor monetario, valiéndose para ello de plataformas sociales digitales y, en particular, de internet.

Como se aprecia, se opta por vincular el ámbito de la economía colaborativa a las prácticas llevadas a cabo entre particulares (Alfonso, 2016, p. 241).

3.1. La regulación de las nuevas fórmulas de negocio propuestas por la economía colaborativa y el «asedio» a los derechos laborales

En el momento de afrontar el balance de actuación de las empresas basadas en la economía colaborativa, nos encontramos ante una situación compleja cuya solución no se anto-

ja ni pacífica ni ausente de controversia. Analizamos los «pros» y «contras» que se aprecian en un primer acercamiento.

3.1.1. Las aportaciones a la sociedad de la economía colaborativa

Las nuevas fórmulas de la economía colaborativa implican, en general, la posibilidad de realizar un uso más racional de recursos infrautilizados. Permiten afrontar en mejores condiciones de competitividad y especialización una amplia relación de actividades que no estaban adecuadamente cubiertas por el modelo tradicional.

La puesta en contacto entre usuarios y prestadores de servicios a través de las plataformas digitales permite abaratar costes y mejorar la productividad. Por otra parte, la generación de confianza se ha facilitado a través del mecanismo de la reputación *online*, la formación de un criterio previo a la aceptación del servicio por parte de los usuarios, lo que incrementa tanto las garantías en la calidad del mismo como en el ajuste de su precio final. Ha surgido así un criterio de referencia en virtud del cual «la reputación es la nueva moneda» (Botsman y Roo, 2011).

3.1.2. Los inconvenientes asociados a la economía colaborativa desde la perspectiva del derecho del trabajo

Pese a lo que pueda parecer, no todo son parabienes cuando hablamos de economía colaborativa. Las zonas grises, así como los claroscuros, inundan su entorno. De hecho, hace ya años se instaló la idea de que las formas organizativas que se derivan de las nuevas tecnologías parece que viran hacia un proceso que se traduce en una «huida del derecho del trabajo» (Baylos, 2000, p. 44).

Al relacionar los inconvenientes con los que nos podemos topar, en primer lugar, nos encontramos con la posición que ocupa el consumidor. Es cierto que los perfiles de confianza que se crean a través de las plataformas suelen generar un entorno donde se puede minimizar la existencia de fraudes. Sin embargo, la respuesta ante las posibles incidencias que se puedan producir resulta bastante limitada, sin que aparezcan adecuadamente reguladas las responsabilidades de tipo civil, administrativo o incluso penal.

A la hora de afrontar las exigencias asociadas a la normativa laboral y preventiva de riesgos laborales, surge una multiplicidad de dudas y reparos ante la irrupción de las nuevas fórmulas que se imponen. En relación con el denominado *crowdsourcing* –nuevo modelo de externalización de servicios–, se ha evidenciado tanto la posibilidad abierta como el riesgo de la prestación laboral como una mercancía (Bergvall-Kåreborn y Howcroft, 2014). Incluso se puede apreciar como, en determinados supuestos, las nuevas empresas, sorteando las obligaciones preceptivas del derecho del trabajo y de la Seguridad Social, imponen a los colaboradores exigencias que podrían calificarse como ilícitas o alegales al exigir como requisito previo para el inicio de la relación el alta como trabajador autónomo. Tal circuns-

tancia, como veremos, elimina las clásicas garantías del derecho del trabajo y conduce al trabajador hacia la precarización que, en la forma impuesta, desplaza su condición hacia la figura del «trabajador autónomo» con menos garantías y expuesto totalmente a la fijación unilateral de las condiciones establecidas por la empresa. Una de las consecuencias que deriva de la precarización de los trabajadores que prestan servicios a demanda se proyecta sobre la propia seguridad y la de los propios clientes (Rogers, 2017, pp. 8 y ss.). Ha de admitirse que una parte de quienes prestan servicios o bienes lo hace con la idea de flexibilidad relativa a la elección de cuándo y cuánto desea trabajar, pero ello no impide que la gran mayoría de quienes aceptan esta modalidad de trabajos –sobre todo con dedicación exclusiva– lo hace porque no encuentra otra opción más favorable.

Las consecuencias de que el trabajador ocupe el estatus de autónomo alcanzan bastante relevancia. No ya solo se trata de la pérdida de la tutela característica del derecho del trabajo. Se extiende, por ejemplo, al derecho de huelga, dificultándose la posibilidad de plantear una protesta con eficacia, así como la opción de que los responsables de las plataformas pudieran reaccionar adoptando represalias.

En cuanto a la negociación colectiva, cabría establecer una argumentación paralela junto a la eliminación de la acción de los representantes de los trabajadores, cuya función resulta fundamental en las acciones colectivas, y que, desde la perspectiva de acción de las plataformas, mantendrían una posición dominante de unilateralidad casi absoluta (Todolí, 2015, p. 11).

La dispersión geográfica y la incomunicación de los prestadores de servicios, y la discontinuidad en la realización de los trabajos, dificultan en gran medida su capacidad de autoorganización, así como el ejercicio de los derechos de tutela colectiva (Rodríguez-Piñero, 2017). La debilidad contractual de los prestadores de servicios resulta patente, por lo que es deseable instrumentar vías válidas para canalizar sus demandas.

Respecto a las variables de creación/destrucción de empleo, nos encontramos con otro dilema inquietante, pues, aunque se pueda plantear una mejora de la productividad y el empleo de recursos infrutilizados, lo cierto es que, con frecuencia, la forma de ocupar determinados sectores productivos parece afectar directamente al empleo de calidad, limitando la consolidación del trabajo indefinido a cambio de incrementar los microtrabajos temporales.

Otro aspecto susceptible de crítica viene representado por la subjetividad que alcanza la realización de actividades con base en una reputación digital, apoyada en opiniones favorables de la plataforma o de los profesionales que operan en ella, sin que exista un control fiable de tales criterios. Thierer, Koopman, Hobson y Kuiper (2016) han puesto de relevancia los sistemas *feedback* utilizados por las plataformas.

La relevancia de la reputación digital para acceder a una ocupación no resulta una cuestión novedosa. Se puede apreciar que las nuevas tecnologías pueden actuar como factor multiplicador de las fórmulas de exposición aunque, en ocasiones, también pueden pro-

yectar el efecto contrario si esa reputación digital no se ha cuidado de forma adecuada. Se puede constatar así que las recomendaciones impuestas por las plataformas (relativas, a modo de ejemplo, a la forma de utilizar la vestimenta profesional o a la no utilización de la radio, salvo si esta es música jazz o clásica con volumen suave en los trayectos) se constituyen en auténticas instrucciones empresariales cuyo incumplimiento puede derivar en la obtención de una deficiente calificación por parte de los clientes para el caso de incumplimiento (Aloisi, 2015).

Los sistemas de reputación digital pueden incidir directamente en la cantidad y calidad de la prestación de servicios asignados. Incluso, a través de la asignación de valoraciones carentes de veracidad se puede discriminar la situación de un trabajador en una plataforma. Se ha de tener presente, pues, que las valoraciones negativas pueden determinar las oportunidades de trabajo. En la mayoría de los casos, la consecuencia de las valoraciones negativas se traducirá en la disminución de la demanda. Incluso, dependiendo de la forma de funcionamiento de la plataforma, un nivel bajo de clasificación puede determinar la expulsión del trabajador (Dagnino, 2015, p. 18).

Además, los prestadores de servicios carecen de la posibilidad de ofrecer su trabajo fuera de la plataforma digital, no pueden diversificar su oferta hacia nuevos demandantes, no solo por las condiciones unilateralmente impuestas por las plataformas, sino por la imposibilidad física de llevar a cabo el servicio al margen de la aplicación informática utilizada en la terminal telefónica (Rogers, 2017).

También existe el riesgo de la creación de monopolios, que introducen pérdida de garantías o de capacidad de búsqueda de alternativas por parte de los usuarios. Así, podríamos hablar de Uber en el sector del transporte o Airbnb en el ámbito del alojamiento.

La competencia desleal también se ha planteado y ha generado graves problemas hacia determinados colectivos. Significativamente, el sector del taxi se ha visto en la diana al apreciar la existencia de una competencia ilegítima y desleal en las plataformas Uber y Cabify, al verse exentas de las costosas licencias exigidas a los taxistas, así como de las obligaciones fiscales que se encuentran más y mejor definidas en las actividades desarrolladas según las fórmulas tradicionales. Se postula así el establecimiento de un sistema normativo fiscal y laboral que pueda equipararse, en cierto modo, a los operadores tradicionales para eludir de esta forma situaciones que puedan equipararse a la competencia desleal o *dumping* social (Jarne, 2016, p. 71).

Aun partiendo de la premisa de que la economía colaborativa incorpora una amplia relación de actividades, no cabe plantearse, de forma lógica, una normativa uniformadora que ofrezca solución a todos los problemas generados por el desarrollo de todos los modelos de negocio de la economía digital. Pese a todo, desde la perspectiva de la doctrina, se ha planteado la necesidad de que el legislador acometa aproximaciones en función de los sectores en los que hayan aparecido fricciones con los sectores tradicionales y, con especial incidencia, en aquellas actividades cuyo desempeño precise el acceso a una autorización (Martínez, 2015, p. 3).

Las opciones reguladoras que surjan del debate entre las posiciones de autoridades públicas, consumidores y empresas de la economía colaborativa deben tener presente que los usuarios de bienes y servicios compartidos (tales como medios de transporte, locales de trabajo, etc.) no deben ir más allá de los límites del interés particular, característico de la economía doméstica, precisamente centrada en el ahorro de gastos. Por lo anterior, no debería permitirse que el nuevo modelo se transforme en un negocio encubierto que eluda el pago de impuestos, obviando las garantías propias del consumidor o usuario de tales servicios (Martínez, 2015, p. 3).

La fiscalidad también resulta otro de los caballos de batalla cuyo tratamiento precisa una meditada reflexión. En este caso, nos podemos encontrar ejemplos extremos del particular que acapara apartamentos turísticos y mantiene sus beneficios al margen de toda tributación o fiscalidad o del usuario que cede el uso de una cochera en un corto periodo a lo largo de un año. Aunque en este último supuesto (dada la escasa relevancia de la operación materializada) podría parecer excesivo que el usuario tuviera que darse de alta en el sistema de tributación del impuesto sobre el valor añadido, con su declaración trimestral correspondiente –sin obviar la obligación de declarar el correspondiente incremento de patrimonio o ingreso–, en el primer caso sí parece consecuente que se arbitren los mecanismos necesarios para asegurar que el beneficiario tribute por los ingresos obtenidos. Básicamente, se trata de afrontar una regulación más específica y adaptada a las nuevas circunstancias que evite que la economía colaborativa se traduzca en un foco de economía sumergida o de empleo de baja calidad. En ello han de centrarse los próximos pasos del legislador.

3.2. La respuesta de los tribunales ante las situaciones de conflicto generadas por la economía colaborativa

Junto a la respuesta judicial ofrecida en los primeros momentos, relativa a la legalidad en el desarrollo de la actividad desempeñada por las propias plataformas digitales que sirven de soporte a la economía colaborativa, uno de los aspectos más destacados va destinado a verificar la condición de laboralidad que puede venir vinculada a quienes prestan los servicios concertados a través de las mismas.

Uno de los nuevos nichos de mercado ocupado por las plataformas digitales se dedica precisamente a la entrega de comida (u otro tipo de bienes) utilizando un sistema de reparto. La Inspección de Trabajo ha tenido oportunidad de pronunciarse al respecto declarando la laboralidad de estas prestaciones (*vid.* acta de la Inspección de Treball de Catalunya, de 9 de marzo de 2015, núm. expediente 8/0025767/14, y de la Inspecció de Treball de Valencia, de 19 de diciembre, núm. 462017008125108).

Aprovechando el «viento a favor» de las resoluciones administrativas comentadas, se ha producido una relevante resolución judicial emitida por el Juzgado de lo Social número 6 de Valencia en la Sentencia 244/2018, de 1 de junio (rec. 633/2017), que viene a declarar la existencia de relación laboral en relación con la prestación de servicios que llevan a cabo los repartidores de comida rápida para las plataformas digitales (también conocidos como *riders*).

Pese a que la figura del repartidor no ha sido pacífica en el derecho del trabajo, ya que ocupa una de las llamadas «zonas grises», las nuevas fórmulas de la economía colaborativa la han puesto en el ojo del huracán. Las empresas generadas bajo este modelo obligaban a los repartidores a tramitar su alta como autónomos.

La sentencia comentada constata que los *riders* se encuentran bajo control durante la franja horaria de reparto a través de un sistema de GPS, que verifica además los tiempos de reparto. En cada jornada de trabajo, el repartidor debe ubicarse en un «punto de control» pre-determinado identificado por la empresa como «centroide» y que se localiza en un lugar estratégico para cubrir adecuadamente la zona de reparto. La plataforma creada por la empresa se constituye en medio de producción en el que el repartidor carece de cualquier infraestructura empresarial y sigue permanentemente las instrucciones empresariales. Complementariamente, el repartidor ha de descargarse en su teléfono móvil la aplicación y la página web de Deliveroo. Otro elemento destacado lo constituye la retribución fija que se abona por la empresa (3,63 € si el reparto se hace en motocicleta y 3,38 € si se usa como medio la bicicleta).

Los antecedentes expuestos anticipan las valoraciones jurídicas aplicadas, pues se confirma la existencia de ajenidad en los documentos que vinculan contractualmente a las partes. En ellos figura expresamente que los repartidores son «la cara de Deliveroo», apreciación que vuelve a reproducirse en la propia publicidad de la aplicación.

Se advierte, en cualquier caso, como constata la doctrina jurisprudencial (Sentencia del Tribunal Supremo de 5 de noviembre de 1993, rec. núm. 708/1992), que se somete a valoración una de las zonas grises o fronterizas del derecho del trabajo representadas por los conductores de vehículos que prestan servicios como autónomos y que pueden derivar en unos casos como relación laboral y, en otros, en una mera relación mercantil. La doctrina que se aplica considera que los trabajadores que prestan servicios de transporte para una empresa, a cargo de ella y bajo su dependencia, incluso aunque el vehículo utilizado sea de su propiedad, integrarán una relación sujeta y sometida al derecho laboral.

No se considera decisivo que el trabajador disponga de un vehículo de su propiedad si tal circunstancia no muestra una relevancia económica determinante para convertir su explotación en un elemento cualificado y fundamental de la relación establecida. Tampoco se considera determinante que los repartidores hubieran de tramitar su alta en licencia fiscal como transportistas y en el régimen especial de trabajadores autónomos, dado que tales exigencias se planteaban para eludir los imperativos derivados de relación laboral.

La sentencia aprecia como determinante la verificación de los elementos característicos que identifican la relación laboral (en concreto, respecto de las notas de dependencia y ajenidad). Se aprecia que existe dependencia toda vez que el repartidor presta servicios siguiendo todas las instrucciones emitidas por la empresa, bajo las condiciones prefijadas por esta de modo unilateral y debiéndose encontrar geolocalizado en cualquier momento. También concurre la nota de ajenidad, pues el repartidor percibe una cantidad fija –3,38 €– por cada

reparto llevado a cabo en un horario que ha sido ajustado en turnos por la propia plataforma asociado a las «comidas de mediodía», «meriendas» y «cenas», teniendo además garantizado una especie de salario mínimo equivalente a dos pedidos a la hora por cada hora de disponibilidad. Carece, por otro lado, de la posibilidad de recibir el importe de la transacción realizada a través de los restaurantes, toda vez que los pagos se realizan íntegramente a través de la plataforma.

Las notas contrastadas de laboralidad acreditan la existencia de relación laboral una vez que la plataforma Deliveroo procede a notificar el cese de la relación al repartidor, por lo que, en consecuencia, se estima la demanda y se declara la improcedencia del despido llevado a cabo. Como se advierte, en definitiva, la relación establecida se sitúa en una vía fraudulenta que pretende eludir la aplicación de las normas laborales.

La comentada sentencia del Juzgado de lo Social de Valencia inicialmente fue recurrida por la plataforma, si bien finalmente ha adquirido firmeza al desistirse expresamente del recurso interpuesto. La plataforma sobre la marcha ha cambiado de criterio evitando el precedente de una sentencia del tribunal superior con toda probabilidad contraria a sus intereses. Ahora vuelca su estrategia procesal en torno a otra novedosa sentencia de sentido contrario a la anterior, la número 284/2018 del Juzgado de lo Social número 39 de Madrid. Esta, con una argumentación cuando menos sorprendente, declara que la relación entre la plataforma Glovo y los repartidores se corresponde con el contrato mercantil formalmente suscrito por las partes. En este contrato, el repartidor aparece como trabajador autónomo económicamente dependiente, argumentando la juzgadora que no se ha desvirtuado la realidad libremente pactada por las partes de la que se deduce una *sui generis* presunción de «extralaboralidad». La argumentación plantea básicamente:

- Que existe un sistema retributivo por pedido de 2,75 euros, de los cuales el repartidor percibe 2,50 euros, determinando unas percepciones agrupadas en cómputo quincenal que se incorporan a una factura a la que se añade el IVA y un complemento por kilometraje,
- Que la jornada es de libre determinación por el repartidor, que puede rehusar los pedidos que desee.
- Que no existe poder disciplinario alguno más allá del desistimiento de la relación mercantil suscrita.
- Que las herramientas de trabajo (medio de locomoción y teléfono móvil) son propiedad del repartidor.
- Que el repartidor asume el riesgo y ventura de cada entrega sin quedar sometido a la estructura organizativa de la plataforma.

En nuestra opinión, pese al renovado intento de aportar una fórmula contractual puramente mercantil, no hay nada distinto a una incuestionable relación laboral. En ella, la plataforma aprovecha tanto la situación de precariedad que se deduce de la presión provocada por las altas

tasas de desempleo como las ayudas que el sistema ofrece para los autónomos que inician una actividad. Así, el joven desempleado que se adhiere a la plataforma puede hacer uso de la tarifa plana de 50 euros mensuales –en lugar de los 278 € que corresponden a la tarifa mínima–. De este modo, el incentivo creado para el fomento del autoempleo se convierte en una ayuda indirecta para las plataformas, que aprovechan una subvención pública prevista para un fin bien distinto. La realidad muestra que el repartidor siempre ha de estar en el mismo punto de partida al inicio de la jornada, no pudiendo cuestionarse en el desarrollo de la relación una manifiesta relación de «dependencia», sin que el repartidor cumpla papel alguno en el pacto económico existente con los clientes (restaurantes) o en el sistema de cobro por parte de estos.

4. Ideas conclusivas desde la óptica laboralista acerca de la economía colaborativa en España

Como se ha podido apreciar, el consumo colaborativo ofrece un complemento ventajoso desde la perspectiva innovadora, económica y ecológica. Además, implica una respuesta adecuada a un contexto de crisis económica y financiera desde el momento en que permite soluciones de intercambio que ofrecen la cobertura de situaciones de necesidad. Como observamos, día a día, las acciones de compartir, prestar o alquilar se expanden de una forma vertiginosa nunca antes vista en el ámbito económico mundial.

Según se puede constatar, sin el apoyo digital, las plataformas colaborativas habrían tenido un impacto muchísimo menor; se hubiera podido alcanzar, en la mejor de las hipótesis, una situación de trueque mejorado. La persistente crisis económica ha generado un cambio de mentalidad en los ciudadanos que se ha trasladado a sus hábitos sociales y de consumo.

Sin embargo, la nueva economía colaborativa también tiene un lado oscuro. Lo hemos comprobado con la situación abusiva que se ha producido en torno a los repartidores de Deliveroo, al buscar fórmulas que han intentado sortear la legislación laboral y han alcanzado la consecuencia de la precarización del sector y la del abuso indiscriminado de la figura del falso autónomo. De otro lado, los gigantes del alquiler turístico (Airbnb) y del transporte (Uber) se encuentran bajo una intensa vigilancia, acusados ambos de competencia desleal.

El incremento de viviendas de alquiler para turistas está vaciando de vecinos el centro de las grandes ciudades y de las localidades más turísticas, además de incrementarse de forma notable el precio de tales alquileres para los ciudadanos, circunstancia que atrae la demanda y contribuye al incremento de precios. Los ayuntamientos intentan poner límite a estas situaciones, pues provocan una subida desorbitada de los alquileres y expulsan a los vecinos de las zonas más demandadas. A ello habría de sumarse la presunta competencia ilícita que se denuncia desde los representantes del sector hostelero, sector particularmente sensible para el empleo en nuestro país, no ya solo por la falta de regularización de estos establecimientos, sino por la frecuente opacidad de los ingresos que generan.

En relación con Uber, la solución que se plantea como razonable no debería pasar ni por la prohibición ni por la eliminación de la competencia. Seguramente, se debería facilitar un marco abierto y ordenado que facilite oportunidades de trabajo, buscando una situación de equilibrio, si bien todas las opciones que barajar deberían considerar como condición de partida la garantía de los derechos laborales de los trabajadores.

Los criterios genéricos que hay que tener presentes a la hora de ofrecer una regulación a las nuevas fórmulas de economía colaborativa pasan, en primer término, por garantizar la defensa y protección del consumidor. De otro lado, las plataformas, bajo los criterios que tiene que establecer la Administración, deben garantizar la normativa fiscal y laboral de los prestadores de servicios y limitar la peligrosa precarización que pueda acabar imponiéndose, así como la expansión indeseada de la figura de los falsos autónomos.

La falta de aplicación del régimen tutelar del derecho del trabajo ofrece múltiples consecuencias, pues muestra repercusión no solo respecto a la materia económica y retributiva, sino al resto de coberturas específicas. De esta forma, el trabajador que presta servicios en atención a la demanda vinculada a la empresa que se sirve de la plataforma digital no solo pierde directamente buena parte de las garantías propias del derecho laboral, sino que también en otras parcelas se encuentra desprotegido, como ocurre en el ámbito correspondiente a la tutela de la salud.

El nuevo modelo económico lleva implícita una clara variabilidad en cuanto a los posibles beneficios que se obtienen, ya que afecta a la seguridad económica de quienes participan en la prestación de servicios sujetos a demanda. A ello habría de añadirse, en varios de estos ámbitos, los costes o inversiones que han de afrontar los propios prestadores de servicios, lo que condiciona y limita el importe de la ganancia neta, que se sitúa con frecuencia por debajo de los mínimos salariales garantizados en los convenios colectivos o incluso del propio salario mínimo interprofesional. Estas condiciones de prestación de servicios pueden provocar un malestar psicofísico en el trabajador ante la situación incierta de no alcanzar un nivel de demanda en su trabajo suficiente para generar un mínimo suficiente de ingresos.

La precarización relativa a las condiciones económicas de prestación de servicios también ofrece consecuencias indirectas, dado que limitan las opciones efectivas en cuanto a la forma de afrontar de forma adecuada las propias condiciones de salud y seguridad en el ámbito de prestación de servicios. Ello incide en la reducción de costes vinculados con los medios utilizados y, como consecuencia de todo ello, quedará limitada la calidad y efectividad de los equipos de seguridad utilizados, lo que provocará una mayor exposición a los riesgos laborales.

Otro de los parámetros afectados son los tiempos de prestación de servicios. La tutela del horario de trabajo ha sido desde el inicio de la regulación del derecho del trabajo un asunto nuclear. La limitación del mismo ocupó un lugar destacado al proyectarse de forma decisiva sobre la salud de los trabajadores. Los cambios introducidos por el sistema

de «economía a demanda» han venido a alterar la capacidad de gestión de los tiempos de trabajo y de descanso, impidiendo conciliar adecuadamente los tiempos de descanso y el horario de trabajo máximo. Todos estos condicionantes no solo repercuten en la salud del trabajador que presta servicios a demanda, sino que pueden afectar a la propia seguridad de los clientes o de terceros. Seguramente, también se debería considerar un principio de proporcionalidad relativo a las obligaciones fiscales y laborales de proveedores de servicios, a tenor de los ingresos cuando estos fueran particularmente modestos, con cotizaciones especiales en tales supuestos.

Referencias bibliográficas

- Alfonso Sánchez, R. (2016). Economía colaborativa: un nuevo mercado para la economía social. *CIRIEC-España. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 88, 231-258.
- Aloisi, A. (2015). The Rising of on-Demand Work, a Case Study Research on a Set of Online Platforms and Apps. *SSRN Electronic Journal*, 1-38.
- Baylos Grau, A. (2000). La «huida» del derecho del trabajo. Tendencias y límites de la deslaborización. En M. R. Alarcón Caracuel y M. M. Mirón Hernández (Coords.), *El trabajo ante el cambio de siglo: un tratamiento multidisciplinar: (aspectos laborales, fiscales, penales y procesales)* (pp. 35-54). Madrid: Marcial Pons.
- Bergvall-Kåreborn, B. y Howcroft, D. (2014). Amazon Mechanical Turk and the Commodification of Labor. *New Technology, Work and Employment*, 29(3), 213-223.
- Botsman, R. y Roo, R. (2011). *What's Mine is Yours: How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live*. London: Harper Collins.
- Castells, M. (2014). El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global. En BBVA-OpenMind, *C@mbio: 19 ensayos fundamentales sobre cómo internet está cambiando nuestras vidas* (pp. 132-147). Madrid: Turner.
- Cavas Martínez, F. (2017). *Las prestaciones de servicios a través de las plataformas informáticas de consumo colaborativo: un nuevo desafío para el derecho del trabajo*. *Revista de Trabajo y Seguridad Social. CEF*, 406, 23-56.
- Collin, J. F. (2016). La Ley de transición energética francesa para el crecimiento verde: primer balance de una ambición y de un reto colectivo. *Cuadernos de Energía*, 49, 48-54.
- Dagnino, E. (2015). Uber law: perspectiva jurídico-laboral de la sharing/on-demand economy. *Revista Internacional y Comparada de Relaciones Laborales y Derecho del Empleo*, 3(3), 1-31.
- Friedman, T. L. (20 de julio de 2013). Welcome to the Sharing Economy. *The New York Times*. Recuperado de <<https://www.nytimes.com/2013/07/21/opinion/sunday/friedman-welcome-to-the-sharing-economy.html>> (consultado el 8 de julio de 2018).

- Ginès i Fabrellas, A. (2018). *Diez retos del trabajo en plataformas digitales para el ordenamiento jurídico-laboral español*. *Revista de Trabajo y Seguridad Social. CEF*, 425-426, 89-111.
- Gutiérrez Arraz, R. (2016). Las relaciones laborales en la economía colaborativa: el caso Uber en EE.UU. *Revista Española de Derecho del Trabajo*, 187, 161-188.
- Jarne Muñoz, P. (2016). El consumo colaborativo en España: experiencias relevantes y retos de futuro. *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, 17, 62-75.
- Martínez Nieto, P. (2015). Consecuencias jurídicas del coche compartido. *Tráfico y Seguridad Vial*, 199.
- Rodríguez-Piñero Royo, M. (2017). El jurista del trabajo frente a la economía colaborativa. En M. Rodríguez-Piñero Royo y M. Hernández-Bejarano (Dirs.), *Economía colaborativa y trabajo en plataforma: realidades y desafíos* (pp. 187-221). Bomarzo.
- Rogers, B. (2017). The Social Cost of Uber. *University of Chicago Law Review Online*, 82(1), 1-18.
- Ruiz Malbarez, M. y Romero González, Z. (2011). La responsabilidad social empresarial y la obsolescencia programada. *Saber, Ciencia y Libertad*, 6(1), 127-138.
- Smicek, H. (2016). *Platform capitalism*. Reino Unido: Polity Press.
- Stiglitz, J. (2012). *El precio de la desigualdad*. Madrid: Taurus.
- Thierer, A., Koopman, C., Hobson, A. y Kuiper, C. (2016). How the Internet, the Sharing Economy, and Reputational Feedback Mechanisms Solve the «Lemons Problem». *University of Miami Law Review*, 70(3). Recuperado de <<https://www.mercatus.org/system/files/Thierer-Lemons-Problem.pdf>> (consultado el 8 de julio de 2018).
- Todolí Signes, A. (2015). El impacto de la «Uber economy» en las relaciones laborales: los efectos de las plataformas virtuales en el contrato de trabajo. *Iuslabor*, 3. Recuperado de <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2705538> (consultado el 8 de julio de 2018).
- Todolí Signes, A. (2017). La regulación especial del trabajo en la gig economy. *Redes.com. Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*, 15, 68-97.
- Triguero Martínez, L. A. (2016). La influencia del entorno crowd sobre las relaciones de trabajo y sus protagonistas: crowdworking y crowdworkers. *Labour & Law Issues*, 2(2), 80-108.
- Triguero Martínez, L. A. (2018). Gig economy y prestación de servicios profesionales: puntos críticos. En A. Todolí Signes y M. Hernández Bejarano (Dirs.), *Trabajo en plataformas digitales: innovación, derecho y mercado* (pp. 193-222). Cizur Menor: Aranzadi.
- Navio, J., Santaella, J., Portilla, J. A. y Martín, J. (2016). *Informe sobre economía colaborativa*. Grupo de Políticas Públicas y Regulación. Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicación. Recuperado de <https://www.aeit.es/sites/default/files/migrate/content/downloads/20160608_informe_economia_colaborativa_9720405c.pdf> (consultado el 12 de julio de 2018).
- Walsh, B. (17 de marzo de 2011). 10 Ideas That Will Change the World. *Time*. Recuperado de <http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717,00.html> (consultado el 8 de agosto de 2018).