

CONSULTA PÚBLICA SOBRE LOS NUEVOS MODELOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS Y LA ECONOMÍA COLABORATIVA

DOCUMENTO 2: EFECTOS DE LOS NUEVOS MODELOS ECONÓMICOS SOBRE EL MERCADO Y LA REGULACIÓN

Durante los últimos años han surgido nuevos modelos de prestación de servicios que, sin entrar a valorar su compatibilidad con la regulación vigente, ponen en contacto de forma novedosa oferta y demanda. Este fenómeno está teniendo efectos cada vez más relevantes sobre los mercados en los que operan, donde estos servicios compiten de forma más o menos directa con los ofrecidos por los agentes tradicionales.

Los efectos de los nuevos modelos sobre los mercados vienen determinados en buena manera por sus características particulares, por lo que previamente a analizar sus implicaciones, es importante entender cuáles son los factores diferenciales con respecto a los modelos tradicionales de prestación de servicios. En este sentido, se puede afirmar que el desarrollo de **tecnologías de la información y la comunicación** y su aplicación en la prestación de los servicios ha sido el elemento determinante que ha permitido la aparición de los nuevos modelos de prestación de servicios, definiendo sus principales características, entre las que se pueden citar:

- Utilización de **internet** como principal medio para la interacción de la oferta y la demanda de productos y servicios. La presencia universal de internet supone la eliminación de muchas de las barreras al intercambio existente en los mercados tradicionales, permitiendo al mismo tiempo la reducción de intermediarios, de costes de transacción y ofreciendo facilidades a los consumidores en términos de inmediatez, información y comparación de la oferta.
- Utilización de plataformas virtuales que permiten una gran **capacidad de gestión de datos** de forma inmediata y a bajo coste, lo que posibilita la gestión eficiente de un gran número de transacciones, en mercados de alta liquidez y con costes iniciales relativamente reducidos.
- Utilización de los **dispositivos móviles** como medio para acceder a estas plataformas de intercambio, mediante aplicaciones específicas que aportan a la demanda inmediatez y ubicuidad de acceso a los servicios.

La llamada **economía colaborativa** es uno de los nuevos modelos de prestación de servicios que más atención está suscitando por sumar a las características anteriores algunos elementos que la convierten en un fenómeno económico y social novedoso. Si bien no existe una definición comúnmente aceptada de economía colaborativa, se puede afirmar que este modelo de consumo se basa en el intercambio entre particulares de bienes y servicios que permanecían ociosos o infrautilizados a cambio de una compensación pactada entre las partes. Algunos ejemplos de intercambios colaborativos podrían ser la oferta de plazas libres del coche en un viaje que se tiene pensado hacer, el domicilio que queda vacío durante las vacaciones, la prestación de una herramienta que se utiliza una o dos veces tras su compra, etc.

Los intercambios colaborativos presentan determinadas características específicas que les diferencia del resto de nuevos modelos digitales, entre las que se podría citar:

- El intercambio de bienes y servicios se produce **entre particulares**, no profesionales, sin que dicho intercambio comporte el ejercicio de una actividad profesional remunerada por parte del oferente, aunque sí pueda existir un intercambio económico en razón de gastos compartidos o compensación.
- Los bienes o servicios intercambiados permanecían **ociosos o infrautilizados** por el oferente y, por tanto, esos bienes y servicios no han sido creados o adquiridos para proceder a su oferta en el mercado.

Se trata en muchos casos de fenómenos de intercambio de bienes y servicios que se han producido tradicionalmente en la sociedad pero para los que, debido al escalado que supone la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, se ha producido un cambio cuantitativo con características disruptivas en diversos mercados que hace que se pueda hablar de un fenómeno nuevo. Otros factores que podrían ayudar a explicar el escalado de la economía colaborativa son un cierto cambio cultural, en el que la “utilización” de un servicio se prefiere a la “propiedad” del bien que lo proporciona, y la disminución de renta disponible y de acceso al crédito como consecuencia de la crisis económica, que facilitan la puesta en valor de activos infrautilizados y el consumo de servicios en mejores condiciones económicas.

Por tanto, según lo anterior, no todos los nuevos modelos de prestación de servicios podrían calificarse de modelos colaborativos, si bien en algunas ocasiones la

frontera entre lo que puede considerarse “colaborativo” y no es muy difusa. La distinción entre actividad colaborativa y otra que no lo es, que a priori puede parecer poco relevante para la prestación efectiva del servicio, podría serlo desde el punto de vista de la fiscalidad, las relaciones laborales, las responsabilidades derivadas del servicio o la compatibilidad con la regulación existente.

Basándose en la caracterización anterior, se puede identificar los principales efectos de los nuevos modelos de prestación de servicios sobre sus respectivos mercados:

- Mayor información disponible para el consumidor sobre el bien o el servicio que va a consumir, lo que permite comparar fácilmente productos similares y tomar una mejor decisión de consumo. Un elemento novedoso para información al consumidor son los esquemas de señalización y reputación existentes en diversas plataformas, mediante las cuales los usuarios pueden valorar el servicio recibido eliminando de esta forma en gran medida la asimetría de información al que se enfrentan los futuros usuarios de ese mismo servicio.
- Sin embargo, una diferencia en el cumplimiento de la regulación aplicable a los agentes tradicionales en estos mercados podría suponer, a priori, un aumento de la asimetría de información del consumidor, en caso de que esta información no esté cubierta por un sistema de reputación o éste no cuente con las suficientes votaciones de anteriores usuarios.
- Eliminación de intermediarios entre el oferente y el consumidor final y por tanto reducción de los costes de transacción y aumento de la competitividad general del producto.
- Efectos pro competitivos generados por el incremento de la cantidad y variedad de la oferta, disciplinando a los proveedores tradicionales a contraer sus márgenes y sus precios y a invertir en innovación como forma de diferenciación de los productos y servicios.
- Mayor variedad de oferta para el consumidor al eliminar limitaciones espaciales y al permitirse servicios más personalizados, dotándole de mayor libertad de elección para acercarse a su decisión óptima.
- Traslado de una parte de la demanda desde los sectores tradicionales a los nuevos modelos, pero al mismo tiempo creación de nueva demanda a partir de

la nueva variedad de oferta, lo cual genera un efecto positivo a nivel agregado sobre el PIB y el empleo.

- Mejora de la eficiencia y competitividad de la economía al facilitar una mayor utilización media de los recursos existentes.
- Utilización de recursos que iban a permanecer ociosos, lo que redundaría en una mayor eficiencia de la economía y en posibles externalidades medioambientales positivas.

A continuación se concretan algunos de los nuevos modelos surgidos en los sectores de transporte de viajeros y alojamientos turísticos. Es importante señalar que en el presente documento no se analiza la aplicabilidad y/o compatibilidad de los nuevos modelos de servicio con la regulación existente en estos sectores, sino que únicamente se presentan sus posibles consecuencias sobre el mercado desde un punto de vista económico. La adecuación de los nuevos modelos con la regulación vigente será objeto del tercer documento de la consulta.

Efectos de los nuevos modelos de servicio sobre el sector del transporte de viajeros por carretera

Sector del taxi y VTC

En el sector de transporte discrecional de viajeros por carretera en entornos urbanos han surgido plataformas basadas en internet que ponen en contacto a pasajeros con necesidad de realizar un desplazamiento con conductores dispuestos a ofrecer este servicio a cambio de un precio preestablecido, de la cual la plataforma cobra una comisión determinada. En este sentido, el servicio ofrecido por estas plataformas entra en competencia con el que realizan los servicios de taxi y VTC existentes.

Algunos de los posibles efectos sobre el mercado de taxi y VTC del nuevo modelo de servicio son:

- Información a priori para el consumidor sobre el coche y conductor que va a utilizar, a través del sistema de reputación de la plataforma basado en la votación y opiniones de anteriores usuarios. Esta información también puede

ser ofrecida por aplicaciones y plataformas de demanda de servicio de taxi que cuentan con un sistema de reputación de conductores y vehículos.

- Mayor flexibilidad y variedad de la oferta disponible para el consumidor, ya que éste puede elegir entre una mayor variedad de tipos y categorías de vehículo.
- Posibilidad de reducción de precio respecto a las tarifas reguladas del servicio de taxi. La aparición de nuevas plataformas de servicio de transporte podría suponer una mayor competencia efectiva, calidad e innovación en el mercado de estos nuevos servicios. Además, se facilita al consumidor nuevas formas de localizar, contratar y pagar por servicios de transporte urbano.
- Mayor utilización de los vehículos existentes, en el caso de coches particulares que se destinen a la prestación de este servicio.
- Traslado de demanda desde los servicios de taxi y VTC (y en menor medida desde otros transportes colectivos) a la nueva plataforma, lo que supondría una menor utilización de estos vehículos y por tanto una disminución de la rentabilidad de estas actividades reguladas.

Sector de líneas regulares de autobuses

En el sector de transporte interurbano de viajeros por carretera han surgido plataformas basadas en internet que ponen en contacto a pasajeros con necesidad de realizar un trayecto con conductores que van a realizar ese mismo trayecto y que pueden ofrecer plazas libres a cambio de un precio, del que la plataforma cobra una comisión determinada. Cabe destacar que bajo este modelo de servicio puede darse tanto el caso de conductor que compartan plazas libres para un desplazamiento que piensan realizar, lo cual implicaría un carácter colaborativo en la transacción, como conductores que realicen el desplazamiento con el objetivo de obtener un ingreso mediante el transporte de los pasajeros.

El servicio ofrecido por la referida plataforma es similar al que ofrecen otros prestadores de servicios regulares de transporte interurbano como las líneas de autobuses. Algunos de los posibles efectos sobre el mercado de transporte regular en autobús son:

- Mayor flexibilidad y variedad en la oferta, que puede incluir distintos tipos y categorías de vehículo, negociación del punto de recogida y llegada, destinos sin cobertura de líneas regulares, etc.
- Información a priori sobre el conductor y el vehículo a partir del sistema de reputación de la plataforma, si bien esta información podría no compensar la ofrecida por la regulación de las líneas regulares.
- Posible reducción de coste para el usuario respecto a las tarifas del servicio de líneas regulares, mayor calidad e innovación en la prestación del servicio.
- Traslado de demanda desde líneas de transporte regulares (autobús principalmente, y en menor medida a tren y avión) a nueva plataforma lo que supone una reducción de la ocupación de las líneas regulares.
- Incremento de la utilización de recursos infrautilizados (plazas libres) en un automóvil que va a realizar un trayecto, lo cual puede generar externalidades medioambientales positivas al lograr una mayor ocupación media de los vehículos, si bien habría que tener en cuenta un efecto contrario por la menor ocupación de los vehículos de líneas regulares, en caso de desplazamiento de demanda desde éstas a las nuevas plataformas.

Sector de alojamientos turísticos

En el sector de alojamientos turísticos existen plataformas que ponen en contacto a turistas con necesidad de alojamiento de corta duración con propietarios de viviendas disponibles (“apartamento turísticos”) para ese mismo periodo a cambio de un precio, de la cual la plataforma cobra una cierta comisión.

Algunos de los posibles efectos sobre el mercado de alojamientos turísticos:

- Mayor flexibilidad y variedad en la oferta (una oferta distinta a los alojamientos turísticos tradicionales).
- Incremento de la utilización de recursos ociosos (vivienda particular que queda vacía por un periodo de tiempo).

- Posible reducción de precio en los establecimientos turísticos tradicionales como consecuencia del incremento de presión competitiva que supone el aumento de oferta.
- Traslado parcial de demanda desde alojamientos turísticos “tradicionales” a apartamentos turísticos, lo que puede impactar sobre su rentabilidad, combinado con la creación de nueva demanda (derivada de turistas que buscan esta la oferta concreta de apartamentos turísticos).
- Externalidades positivas en otros sectores (restauración, comercio, etc) motivados por la mayor renta disponible (generado por un menor precio de alojamiento) y la creación de nueva demanda.
- Posibles externalidades negativas a los vecinos del apartamento turístico como consecuencia del tránsito de turistas por el mismo.

En base a lo expuesto anteriormente, se plantean las siguientes preguntas

1. *¿Está de acuerdo con la descripción y caracterización de los nuevos modelos de prestación de servicios y de la economía colaborativa? ¿Puede dar alguna característica adicional?*
2. *¿Está de acuerdo con los efectos apuntados de los nuevos modelos sobre el mercado en general, y en sobre los dos sectores en particular? ¿Qué otros efectos podrían darse?*