

ECONOMÍA DE PLATAFORMAS: RETOS Y NORMATIVA

CONSEJO EDITORIAL

MIGUEL ÁNGEL COLLADO YURRITA

JOAN EGEA FERNÁNDEZ

JOSÉ IGNACIO GARCÍA NINET

LUIS PRIETO SANCHÍS

FRANCISCO RAMOS MÉNDEZ

SIXTO SÁNCHEZ LORENZO

JESÚS-MARÍA SILVA SÁNCHEZ

JOAN MANUEL TRAYTER JIMÉNEZ

ISABEL FERNÁNDEZ TORRES

BELÉN NOGUERA DE LA MUELA

RICARDO ROBLES PLANAS

JUAN JOSÉ TRIGÁS RODRÍGUEZ

Director de publicaciones

ECONOMÍA DE PLATAFORMAS: RETOS Y NORMATIVA

Juan Franch Fluxà

Director

Miquel Àngel Coll Ramis

Juan Franch Fluxà

Marc Fuster-Uguet

Fernando García Rubio

Pedro Hinojo González

Isabel Llodrà Riera

Anselmo Martínez Cañellas

Enrique Moreno Serrano

Víctor Picó Gutiérrez

Miquel Quetglas Morey

José Francisco Ribas Conrado

Francisco Rodríguez Bautista

Adrián Todolí Signes



G CONSELLERIA
O PRESIDÈNCIA
I CULTURA I IGUALTAT
B INSTITUT ESTUDIS
/ AUTONÒMICS

Colección: Derecho mercantil

Directora:

Isabel Fernández Torres

Profesora contratada doctor.

Acreditada a profesor titular

Universidad Complutense de Madrid

Reservados todos los derechos. De conformidad con lo dispuesto en los arts. 270, 271 y 272 del Código Penal vigente, podrá ser castigado con pena de multa y privación de libertad quien reprodujere, plagiare, distribuyere o comunicare públicamente, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, fijada en cualquier tipo de soporte, sin la autorización de los titulares de los correspondientes derechos de propiedad intelectual o de sus cesionarios.

© 2020 Los autores

© 2020 Atelier

Santa Dorotea 8, 08004 Barcelona

e-mail: editorial@atelierlibros.es

www.atelierlibros.es

Tel.: 93 295 45 60

ISBN: 978-84-18244-33-9

Depósito legal: B 22519-2020

Diseño y composición: Addenda, Pau Claris 92, 08010 Barcelona
www.addenda.es

ÍNDICE

PRÓLOGO	13
CAPÍTULO 1. LA ECONOMÍA COLABORATIVA Y SU IMPACTO EN EL TURISMO A TRAVÉS DE LAS PLATAFORMAS DE ALOJAMIENTO, TRANSPORTE Y OFERTA COMPLEMENTARIA	17
<i>Francisco Rodríguez Bautista</i>	
I. Economía colaborativa	17
1.1. Definición	17
1.2. Recorrido e historia de la economía colaborativa	25
1.3. Polémicas relacionadas con el sector	33
II. Sobre el modelo plataforma	35
2.1. No todas las plataformas son de economía colaborativa	36
2.2. Ventajas del modelo plataforma	37
III. Turismo colaborativo	38
3.1. Impacto social	38
3.2. Impacto medioambiental	38
3.3. Impacto económico	39
3.4. Rol de la economía colaborativa	39
3.5. Ventajas de las nuevas formas de alojamiento	41
IV. Ejemplos de <i>startups</i> del sector colaborativo turístico	44
4.1. Yescapa	44
4.2. HomeExchange	45
4.3. EatWith	46
4.4. Airbnb experiences	46
4.5. Otras externalidades del nuevo turismo colaborativo	47
V. Emprendimiento colaborativo y regulación	47
Bibliografía	50
CAPÍTULO 2. MERCADOS DIGITALES TURÍSTICOS EN LA ERA DE LAS PLATAFORMAS	51
<i>Isabel Llodrà Riera</i>	
I. Evolución del mercado turístico	51
1.1. Agentes profesionales e intermediación en Internet	54

Índice

1.2. Aparición de nuevos jugadores amateurs y nuevos productos	55
1.3. <i>Influencers</i> : la promoción del destino turístico ya no es monopolio de las OMDs	59
1.4. Blockchain y SmartContracts	61
1.5. Internet de las Cosas, 5G y Robots As a Service	62
II. La base del negocio: la generación de confianza, seguridad y privacidad	63
III. Lobbies	64
IV. Nuevos monopolios	65
V. La larga cola	65
VI. La mercantilización de los datos de los turistas	66
Bibliografía	67
 CAPÍTULO 3. IMPLICACIONES Y RETOS EN LA GESTIÓN TERRITORIAL ANTE EL MODELO TURÍSTICO COLABORATIVO	69
<i>Miquel Àngel Coll Ramis, Marc Fuster-Uguet y Víctor Picó Gutiérrez</i>	
I. El viaje de la economía colaborativa hacia el turismo	69
II. El turista no quiere ser turista	70
III. El consumo colaborativo y la turistificación del territorio	72
IV. Los conflictos socio-territoriales del turismo colaborativo	73
V. La ordenación y la planificación territorial del turismo colaborativo	77
V.1. El Plan de Intervención de Ámbitos Turísticos de Mallorca	78
V.2. Algunos ejemplos a nivel internacional	80
V.3. Otras iniciativas más allá del alojamiento	81
V.4. El enfoque <i>smart</i>	81
V.5. Hacia una gestión inteligente del territorio	82
Bibliografía	84
 CAPÍTULO 4. EL PAPEL DE LA ADMINISTRACIÓN ANTE EL TURISMO DE PLATAFORMAS	87
<i>Fernando García Rubio</i>	
I. Introducción Presupuestos de la intervención administrativa	87
II. Competencias de las AAPP en esta materia	89
III. Marco para la intervención administrativa sobre las viviendas turísticas	94
IV. La intervención urbanística	97
IV.1. Determinaciones generales	97
IV.2. La suspensión de licencias	98
IV.3. El planeamiento general y especial	101
IV.4. Requisitos técnicos y equipamientos mínimos de las viviendas de uso turístico	104
IV.5. Cambio de dotaciones por alteración de usos	105
IV.6. La zonificación en usos y el planeamiento. Singularidades	105
V. Conclusiones	108
Bibliografía	108

CAPÍTULO 5. EL CONTROL E INSPECCIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA	
EN PLATAFORMAS	115
<i>José Francisco Ribas Conrado</i>	
I. Competencias	115
II. La libertad de empresa, la actuación interventora de la administración y su potestad sancionadora	117
III. Estructura del servicio de control y disciplina turística, facultades y objetivos	118
IV. Actividad del servicio de control y disciplina turística	120
V. La presunción de veracidad y la de inocencia	122
VI. El deber de colaboración, la responsabilidad de los ciudadanos y del personal funcionario	123
VII. El Servicio de control y disciplina turística, la colaboración y la cooperación administrativa	124
VIII. La actuación de oficio. La queja, reclamación y la denuncia	125
IX. El control de la inspección	126
a) La entrada y el acceso a la vivienda. El domicilio y el consentimiento	127
b) La persona interesada	129
c) Obligación de indemnización al denunciante	129
X. El registro de las empresas y de actividades turísticas	130
XI. El canal de comercialización y promoción. Tratamiento de las plataformas digitales	131
Bibliografía	138
CAPÍTULO 6. LA PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA EN EL TURISMO COLABORATIVO EN LA ERA DIGITAL	139
<i>Pedro Hinojo González</i>	
I. Introducción	139
II. El Turismo de Plataformas y su Impacto en la Competencia y la Regulación	142
II.1. El desarrollo del turismo de plataformas	142
II.2. Promoción de la competencia y regulación ante el turismo de plataformas	144
III. El Turismo entre Prosumidores y su Impacto en la Competencia y la Regulación	146
III.1. El desarrollo del turismo entre prosumidores	146
III.2. Promoción de la competencia y regulación ante el turismo entre prosumidores	149
IV. Conclusiones	155
CAPÍTULO 7. EL ORDENAMIENTO JURÍDICO ANTE LAS PLATAFORMAS Y SU ROL EN LA SOCIEDAD DIGITAL	157
<i>Juan Franch Fluxà</i>	
I. La promoción del mercado digital como reto normativo	157
II. La disruptión de las plataformas ante el ordenamiento jurídico	160

Índice

III.	La implantación de las plataformas en los mercados	162
IV.	Los retos ante la diversidad de plataformas de alojamiento.	164
V.	El desarrollo de la actividad subyacente	167
VI.	La Responsabilidad de las plataformas en la interpretación del TJUE	173
VII.	Conclusiones	178
	Bibliografía básica	179
CAPÍTULO 8. CONFLICTOS JURÍDICOS DE UBER CON EL SECTOR DEL TAXI, LOS CONDUCTORES Y EL MERCADO. LA NECESIDAD DE UNA NORMA ESPECÍFICA QUE REGULE LAS COMPAÑÍAS DE TRANSPORTE EN RED		181
<i>Anselmo Martínez Cañellas</i>		
I.	Uber, un modelo de negocio internacional	182
II.	Conflictos entre Uber y el Servicio Público Municipal del Taxi.	185
1.	Conflictos entre Uber y el Servicio Público Municipal del Taxi en España	186
2.	La competencia desleal de UBERPOP	187
3.	Doctrina del Tribunal Superior de Justicia de la Unión Europea: Uber es una empresa de transporte	189
4.	Uber como empresa de transporte en España. Uber X.	190
5.	La actual regulación de las VTC	194
III.	La defensa de uber para evitar las licencias de VTC.	195
IV.	Algunos posibles incumplimientos de las normas sobre competencia.	196
1.	Venta a pérdida por parte de Uber.	197
2.	Imposición de precio por parte de Uber a los conductores	198
3.	<i>Dynamic Pricing</i>	199
4.	<i>Personalized Pricing</i>	200
V.	Conflictos entre Uber y los conductores	201
VI.	La necesidad de una norma específica reguladora de las compañías de transporte en red	203
VII.	Conclusiones	204
CAPÍTULO 9. ASPECTOS LABORALES DEL ALQUILER TURÍSTICO: OBLIGACIÓN DE COTIZACIÓN COMO AUTÓNOMOS DE LOS ANFITRIONES Y CONTRATO DE TRABAJO DE LOS LIMPIADORES		205
<i>Adrián Todolí Signes</i>		
I.	Los particulares entran en el mundo de los negocios	205
II.	Concepto de trabajador autónomo y la obligación de cotizar	207
2.1.	Características subjetivas: nacionalidad y residencia.	208
2.2.	Características objetivas	209
III.	La presunción de ser trabajador autónomo por ser titular de un establecimiento abierto al público aplicada a las plataformas virtuales	224
IV.	Compatibilidades con el RETA	227
4.1.	Incompatibilidades con la prestación por desempleo.	227
4.2.	Incompatibilidades con la prestación de jubilación	229
V.	Los empleados contratados por el titular de la vivienda arrendada para uso turístico	230

5.1. Normativa aplicable	231
5.2. Supuesto especial: contratación de un familiar del titular	233
VI. Conclusiones	233
VII. Bibliografía	234

CAPÍTULO 10. PLATAFORMAS DE ALOJAMIENTO ANTE LA CONVIVENCIA

Y ORDEN: ANÁLISIS Y RECOMENDACIONES	237
------------------------------------------------------	-----

Miquel Quetglas Morey

I. Introducción	238
II. Objetivos	238
III. Análisis de las amenazas y los miedos a las estancias turísticas vacacionales	239
IV. Normativa reguladora de las viviendas de uso turístico en las comunidades de propietarios	242
V. Disparidad en las denominaciones y regulación jurídica de cada comunidad y ciudades autónomas	245
VI. Como prevenir el conflicto en las relaciones vecinales	246
VII. Propuestas frente a las diversas problemáticas.	247
VII.1. De los derechos de los residentes en las comunidades de propietarios	249
VII.2. De los derechos de otros vecinos no comuneros	250
VII.3. De los propietarios y turistas de las ETV	251
VIII. Propuestas de <i>lege ferenda</i> para la convivencia	255
IX. Conclusiones.	256
X. Bibliografía	258

CAPÍTULO 11. EL DESARROLLO DEL TURISMO POR MEDIO DE CROWDFUNDING

Enrique Moreno Serrano

I. El <i>crowdfunding</i> como forma de financiar la actividad turística	259
II. La aplicabilidad al turismo de las distintas modalidades de financiación mediante <i>crowdfunding</i>	265
1. <i>Crowdfunding</i> de no inversión y su aplicación práctica al turismo	266
2. <i>Crowdfunding</i> de inversión y su aplicación práctica al turismo	269
III. Los sujetos que pueden intervenir en una operación de <i>crowdfunding</i> turístico	272
1. Plataformas de <i>crowdfunding</i> especializadas en turismo y plataformas de base generalista	273
2. Promotores turísticos	274
3. El <i>crowd</i> turístico: consumidores, usuarios, FFF, e inversores	275
IV. Conclusiones	277

PRÓLOGO

La monografía que el lector tiene en sus manos es fruto de diversos cursos y jornadas impulsadas por el grupo de investigación Derecho de la Empresa y Actividad Turística (DEAT) al que pertenecen algunos de sus autores. Durante estos años y bajo diversos formatos hemos dedicado especial atención al impacto sobre el sector turístico de la economía colaborativa, las nuevas formas de comercialización, las estancias en viviendas o los retos que suponen los mercados digitales. Un libro en el que han participado profesionales y profesores provenientes de diferentes sectores con la intención de abordar cuestiones y problemas de diversa índole. Por lo tanto, cabe afirmar que el resultado de nuestros esfuerzos encuentra su unidad exclusivamente en el objeto de estudio: las plataformas *online*. Ya existiendo en el mercado diversas obras sobre la materia hemos querido que su valor añadido fuera, precisamente, su carácter multidisciplinar para poder aportar una visión no uniforme o exclusiva sobre el papel, las externalidades y los retos que plantean y han propiciado estos nuevos mercados (*market places*). Todo ello ha generado un interés y debate no exento de polémica que, además, se ha ido trasladando frecuentemente de ciudad en ciudad.

Hemos querido centrar nuestro enfoque en el sector turístico donde las plataformas han ido evolucionando durante estos años y su modelo de negocio se ha ido apartando del esquema de lo que comúnmente y en una etapa inicial se denominó economía colaborativa. El paso del tiempo nos ha llevado de unos planteamientos que proponían liberarlas de toda regulación, o como alternativa propiciar un marco de autorregulación, a sujetarlas a una multitud de leyes y regulaciones complejas, emergentes y, en ocasiones, inconsistentes y ambiguas que podrían entrar en conflicto con la viabilidad económica o la propia operativa de la plataforma.

Unas regulaciones que se han ido endureciendo a pesar de esa aceptación y promoción por parte de las instituciones europeas y especialmente desde el año 2010 en el que se plantea la agenda digital para Europa, que ha sido intensamente desarrollada en este último quinquenio y en el que podemos citar como hito la incorporación a la normativa europea de los contratos de suminis-

tro de contenidos y servicios digitales mediante la Directiva (UE) 2019/770. Esta norma se sustenta sobre uno de los intereses generales tratados en distintas páginas de este trabajo como es la protección del consumidor. No obstante, no es el único y en otros momentos y capítulos el lector encontrará reflexiones sobre la protección del medioambiente, la planificación de usos y acceso a la actividad económica, la adecuación de las relaciones y contratos laborales, la nueva organización de los mercados y sus ofertas entre otros problemas que han nacido con la irrupción de las plataformas. Aunque prefiramos la palabra reto no podemos dejar de hablar de problemas porque en la mayoría de las ocasiones las administraciones competentes (desde el ámbito local al estatal) han adoptado medidas que pretendían contener la expansión de la actividad que propiciaba la plataforma.

Junto a este caudal incesable de medidas que hemos podido observar durante estos últimos años se ha ido consolidando jurisprudencia tanto en los diversos estados como por el Tribunal de Justicia de la Unión Europea que ya se ha pronunciado sobre la responsabilidad y normativa aplicable a Uber y más recientemente a Airbnb. Además, no podemos olvidar otras sentencias que pueden afectar la actividad de las plataformas como la resolución en 2020 del caso Cali Apartments (C-724/18) donde el TJUE afirmó que no es contrario al Derecho de la Unión una normativa nacional que somete a autorización el arrendamiento, de forma reiterada, durante breves períodos de tiempo, de un inmueble amueblado destinado a uso de vivienda a clientes de paso que no fijan en él su domicilio.

Para la publicación de los trabajos que ahora presentamos se ha contado con la ayuda del *Institut d'Estudis Autonomics del Govern de les Illes Balears* que, a través de su director, Lluís Segura, siempre ha estado atento a aquellos estudios que realizados en la *Universitat de les Illes Balears* podrían ser de interés en el día a día de la administración. No puedo dejar de considerarlo un acierto cuando las relaciones entre nuestro *Govern* y las plataformas de alojamiento han generado titulares y portadas durante estos últimos años. Este 2020 nos ha dejado dos ejemplos que no podemos dejar de citar: una Sentencia del Tribunal de Justicia de las Islas Baleares que enjuicia los requerimientos de colaboración y sanciones impuestas a Airbnb y que pivotan sobre la aplicación de la normativa comunitaria frente al derecho sancionador balear. También conviene destacar la interpretación que ha hecho el Tribunal Supremo sobre la obligación de informar sobre la cesión de uso de viviendas con fines turísticos que ha anulado el Modelo 179 que, obviamente, es objeto de revisión para una nueva implantación conforme a lo fijado en la sentencia. Es uno de los muchos temas pendientes de revisión y ajustes normativos y que a nivel comunitario adopta una entidad muy importante. El debate a nivel comunitario se ha orientado recientemente en la gobernanza del proceso de digitalización (*eGovernment*) y afecta a cuestiones como la protección de datos, el abuso de posición dominante, el uso de algoritmos, la configuración de plataformas y *big techs* como *gatekeepers*. La aplicación y fijación de principios que puedan llevar al buen gobierno del mercado digital marca la agenda de la Comisión Europea y sus trabajos.

Cabe pues, concluir, indicando que estamos ante una cuestión abierta y que seguirá suscitando debate. Ello es así debido al dinamismo y mutabilidad de las plataformas y sus modelos de negocios que ha llevado al propio TJUE al enjuiciamiento caso por caso de cada una de ellas. Mi gratitud pues a los lectores por su interés y los compañeros de viaje con los que espero seguir compartiendo inquietudes y amistad. Como en la frase atribuida a Henry Miller: «Nuestro destino nunca es un lugar, sino una nueva forma de ver las cosas». Las plataformas nos han exigido ese ejercicio y, probablemente, nos embarquen en un futuro a una revisión de lo ahora indicado.

Juan Franch Fluxà

Sa Pobla, otoño covid de 2020