

**Lliçó de graduació  
de la promoció 2017  
“Los retos jurídicos  
de la economía  
colaborativa”**

**Carlos Gómez Ligüerre,**

**professor del Departament  
de Dret**

**Barcelona, 8 de juliol del 2017**

Rector, autoridades académicas, estudiantes (ahora ya graduados), personal de administración, familiares, colegas,

Mis primeras palabras son de agradecimiento por el honor que supone estar hoy aquí, participar en este acto y compartir con vosotros un momento tan importante de vuestras vidas. Un momento que no es un final, sino un principio y que recordaréis con cariño y nostalgia con el paso de los años.

Me piden una lección académica sobre un tema de mi especialidad. La elección no ha sido fácil, pues lo que hago, los temas que estudio y que me ocupan, me fascinan, pero no tanto como para olvidar que el protagonista de este acto no soy yo, sino vosotros y vuestras familias. Seré breve, aunque en derecho no hay temas breves. Trataré de uno, actual y que nos afecta a todos, como estudiosos, como profesionales y como ciudadanos. Un tema abierto, repleto de incertidumbres de todo tipo cuya solución no se augura ni fácil ni inmediata. Hablaré, y pensé que podía ser un buen tema para un acto con el formato del que nos reúne hoy aquí, de la denominada “economía colaborativa” y los retos —es decir, necesidades de hallar soluciones justas— que plantea para el derecho.

La expresión “economía colaborativa” se refiere a diversas y variadas realidades. En un sentido amplio, la expresión se refiere a prestaciones efectuadas entre particulares. En un sentido más estricto, y que se impone en la literatura especializada, la expresión se refiere a las prestaciones entre particulares que se conciertan a través de plataformas que actúan de puntos de encuentro entre oferentes y adquirentes de bienes o servicios. Ambas acepciones tienen en común que la provisión de bienes o servicios se produce al margen de los canales habituales de contratación; de los canales institucionales o institucionalizados que han sido habituales en nuestros mercados.

La revolución industrial institucionalizó la especialización y organizó el mercado en productores, de materias primas o de productos elaborados, y consumidores. Durante el siglo pasado, la universalización del consumo y la consolidación de rutas comerciales internacionales profesionalizaron a intermediarios encargados de distribuir productos y ofrecer servicios, por cuenta propia o en nombre y por cuenta de los productores.

La especialización productiva y comercial explica la consolidación de un derecho de contratos que agrupa a sus destinatarios por grupos en atención

a los roles que desempeñan en el mercado. Aparece, así, un derecho que considera comerciante, fabricante o prestador de servicios a quien desarrolla esas actividades de manera recurrente y con carácter profesional, haciendo de ello su oficio y actividad económica principal. Y, en el mismo plano, pero en la posición opuesta, un consumidor, que contrata bienes y servicios para sí, con carácter final, que adquiere para su disfrute y para cubrir sus necesidades, sin ánimo de revender o de emplear lo adquirido en ulteriores procesos productivos. Compradores y vendedores, prestadores de servicios y usuarios se sitúan, de este modo, en posiciones antagónicas que explican un derecho de contratos que impone obligaciones de información y de garantía a los primeros y derechos que protegen a los segundos. Una regulación que, desde el punto de vista analítico y entre otros aspectos, persigue evitar el riesgo de la asimetría informativa que existe entre quien conoce las cualidades del producto y el servicio, por ser estos parte principal de su actividad profesional y quien los consume o contrata sin que disponga, por ello, de conocimientos especiales sobre su calidad o seguridad. Y así transcurre el siglo pasado y buena parte de la regulación del vigente derecho de contratos. El modelo se revela insuficiente cuando la irrupción de las nuevas tecnologías abarata enormemente los costes de contratar y facilita que quienes eran solo consumidores puedan ser ahora también oferentes de bienes y servicios. Un fenómeno que se acentúa con la aparición de plataformas que, aprovechando las ventajas tecnológicas, promueven la participación activa en el mercado entre consumidores.

En ese momento, las categorías legales tradicionales dejan de dar razón de la realidad del mercado. Ya no hay solo productores y consumidores, pues estos devienen, también, potenciales oferentes de bienes y servicios. La condición legal y económica de estos, sin embargo, dificulta exigirles las garantías y prevenciones legales diseñadas para las empresas, oferentes profesionales, y tratarlos como tales desde el punto de vista legal.

Y aparecen los problemas, pues concurren en el mercado, ofreciendo los mismos bienes y servicios, prestadores profesionales sujetos a estrictas regulaciones y prestadores no profesionales que quedan fuera del ámbito subjetivo de las regulaciones referidas. Resulta así que las mismas actividades quedan sujetas a regulaciones de diferente intensidad.

El problema ya ha tenido manifestaciones jurídicas. Una de las más relevantes tiene su origen en Barcelona, con motivo de la demanda que una asociación de

taxistas presentó contra la plataforma Uber. El caso está pendiente de resolución, pero contamos ya con las conclusiones del abogado general del Tribunal de Justicia de la Unión Europea de 11 de mayo de 2017 previas a la decisión del Tribunal en el caso Asociación Profesional Élite Taxi contra Uber Systems Spain, SL (asunto C-434/15). El titular del Juzgado Mercantil número 3 de Barcelona, al que corresponde enjuiciar el caso, elevó al Tribunal de Justicia la pregunta central para la solución del conflicto. El Juez, en el marco de procedimiento y con carácter previo a su resolución, preguntó al máximo órgano jurisdiccional de la Unión Europea si, conforme a la regulación vigente en la Unión, la actividad que desarrolla Uber es un servicio digital —un servicio de la sociedad de la información— o un servicio de transporte. Dicho de otro modo, si Uber es solo una plataforma que presta un servicio de contenido exclusivamente digital o si interviene en la prestación de un transporte.

La pregunta es muy relevante desde el punto de vista jurídico, pues su respuesta identificará el derecho que el juez deba aplicar: si el general de los denominados “servicios de la sociedad de la información” o el específico aplicable a los transportes terrestres. El primero es un derecho de origen europeo preocupado por fomentar la libre competencia en el mercado europeo y en los mercados nacionales. El segundo, el relativo a los transportes, cuando solo involucra transportes locales (como en el caso del servicio de taxi) es un derecho nacional, pues la Unión Europea todavía no ha desarrollado la competencia que le habilitaría a hacerlo. Si Uber presta un servicio de información, su actividad no puede ser limitada por otra regulación que no sea la europea y a la que se ajustaría la empresa. Si, por el contrario, Uber ofrece un servicio de transporte debe ajustarse a la normativa nacional en la materia que, en el caso de España, sujetaría su actividad a la obtención de licencias administrativas previas que, además, no pueden exceder de una determinada ratio en relación con el número de licencias de taxi existentes. Habrá que ver qué decide finalmente el Tribunal de Justicia. Por el momento, el abogado general ha concluido que Uber ofrece un servicio de transporte, en el que intermedia, y que debe sujetarse y velar por el cumplimiento de las normativas nacionales en materia de transporte local.

Mientras esperamos la decisión del Tribunal, que tendrá un enorme impacto en toda Europa, una reciente comunicación del Parlamento Europeo (COM [2016] de 2 de junio de 2017) insta a los Estados miembros y a las autoridades europeas a establecer la que denomina una “Agenda europea para la economía colaborativa.” Un fenómeno que identifica como una oportunidad. Una oportunidad para los

ciudadanos y, en general, para la economía europea que, afirma la Comunicación, debería situarse a la vanguardia de la regulación de los nuevos modelos de mercado.

La Comunicación identifica como ámbitos jurídicamente relevantes en la materia los siguientes:

1. Requisitos de acceso al mercado
2. Régimen de responsabilidad
3. Protección de los usuarios
4. Protección de los trabajadores
5. Fiscalidad

Y de manera genérica insta a los Estados miembros y a las autoridades europeas a buscar soluciones a los problemas que la economía colaborativa plantea en cada uno de ellos. Se toma como referencia el modelo de regulación de los oferentes profesionales, en los que todos y cada uno de los aspectos a que se refiere la Comunicación son relevantes. Parece que se ha desechado la idea de diseñar un modelo específico para la economía colaborativa y que se ha preferido adaptar a su peculiaridad el modelo ya conocido del oferente profesional.

Habrà que ver hasta d3nde podemos llegar. El debate existe y los problemas, tambi3n. Y la denominada “economía colaborativa”, facilitada por el desarrollo de las tecnologías, ha venido para quedarse y ampliar su presencia en nuestra sociedad. Nos tocará a académicos y profesionales buscar una solución que sea justa, que no limite las libertades individuales y que ofrezca garantías suficientes. Quiero acabar esta breve intervenci3n con un ruego que dirijo a los nuevos graduados. No os olvid3is de la Universidad. No os olvid3is de esta universidad, de nosotros. Mantened el contacto con esta instituci3n y ayudadnos a quienes nos dedicamos a la docencia y a la investigaci3n a fomentar el conocimiento y a desarrollar herramientas que permitan aplicarlas efectivamente en el mundo en el que vivimos. Sois universitarios y lo ser3is siempre y vuestra responsabilidad como ciudadanos se incrementa para asegurar a las generaciones futuras una universidad mejor. Ayudadnos a que esto sea posible.

Muchas gracias y mis mejores deseos para todos vosotros.

