



Universidad
Politécnica
de Cartagena



FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA
EMPRESA

GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO FIN DE GRADO

“Economía colaborativa y economía bajo demanda en el transporte de viajeros: BlaBlaCar versus Uber”.

"The sharing and on-demand economy in the transport of travellers: BlaBlaCar versus Uber".

Autora: Irene Sánchez García

Tutora: María del Carmen Marco Gil

CARTAGENA, JULIO 2019

ÍNDICE

Introducción.....	5
1. Los modelos colaborativos y bajo demanda.....	7
1.1. Economía colaborativa.	7
1.2. Economía bajo demanda.	8
1.3. Economía colaborativa frente economía bajo demanda	8
1.4. Economía colaborativa y economía bajo demanda en el transporte de viajeros.....	11
1.5. Evolución.....	12
2. Transporte tradicional de viajeros.....	18
2.1. Evolución servicio de autobús.....	18
2.2. Evolución servicio de ferrocarril.....	20
2.3. Evolución servicio de taxi.....	22
3. BlaBlaCar.....	27
3.1. Historia de BlaBlaCar.....	27
3.2. ¿Cómo funciona BlaBlaCar?.....	28
3.3. Implantación de BlaBlaCar en España.....	30
3.4. Dimensión BlaBlaCar en España.....	31
3.5. Ventajas e inconvenientes de BlaBlaCar.....	35
3.6. Estrategias futuras.....	36
4. Uber.....	37
4.1. Historia de Uber.....	37
4.2. ¿Cómo funciona Uber?.....	38
4.3. Implantación de Uber en España.....	39
4.4. Dimensión Uber en España.....	41
4.5. Ventajas e inconvenientes de Uber.....	44
4.6. Estrategias futuras.....	45
5. BlaBlaCar versus Uber	47
6. Conclusiones.....	50
Referencias bibliográficas.....	53

ÍNDICE DE TABLAS.

1. Tabla 1.1 Internautas que usan plataformas de economía colaborativa al menos una vez al año (porcentaje de individuos). Periodo II-2016, II-2017 y II-2018.....	11
2. Tabla 1.2 Frecuencia uso desplazamiento en coche por la ciudad con un conductor. Periodo II-2016, II-2017 y II-2018.....	13
3. Tabla 1.3 Frecuencia uso desplazamiento en coches a otras ciudades aprovechando el viaje de un conductor particular. Periodo II-2016, II-2017 y II-2018.....	14
4. Tabla 1.4 Total licencias de VTC en España. Periodo II-2016, II-2017 y II-2018.....	15
5. Tabla 1.5 Licencias de VTC y población de Cataluña, Comunidad de Madrid y Comunidad Valenciana. Años 2005, 2010 y periodo 2015- 2019.....	17
6. Tabla 2.1 Total y porcentaje de viajeros que utilizan el servicio de autobuses en el periodo 2009-2018.....	19
7. Tabla 2.2 Total y porcentaje de viajeros que utilizan el servicio de ferrocarril en el periodo 2006-2018.....	21
8. Tabla 2.3 Licencias para el transporte del taxi en España en el periodo 2006-2018.....	23
9. Tabla 2.4 Total de licencias de taxis y porcentaje de población en Barcelona, Madrid y Valencia en el periodo 2006-2018.....	25
10. Tabla 3.1 Datos BlaBlaCar. Años 2014-2017.....	33
11. Tabla 4.1 Datos Uber. Años 2014-2017.....	42
12. Tabla 5.1. Diferencias y similitudes de Uber y BlaBlaCar.....	49

ÍNDICE DE FIGURAS.

1. Gráfico 1.1 Total licencias VTC en España. Periodo 2006-2018.....	16
2. Gráfico 1.2 Número de licencias de VTC en Cataluña, Comunidad de Madrid y Comunidad Valenciana. Años 2005, 2010 y periodo 2015-2019..	17
3. Gráfico 2.1 Total de viajeros que utiliza el servicio de autobús urbano y cercanías. Años 2009-2018.....	20
4. Gráfico 2.2 Total de viajeros que utiliza el servicio de autobús media y larga distancia. Años 2009-2018.....	20
5. Gráfico 2.3 Total de viajeros que utiliza el servicio de ferrocarril interurbano y cercanías. Años 2009-2018.....	22
6. Gráfico 2.4 Total de viajeros que utiliza el servicio de ferrocarril media y larga distancia. Años 2009-2018.....	22
7. Gráfico 2.5 Licencias para el transporte del taxi en España. Años 2006-2018.....	23
8. Gráfico 2.6 Número de licencias de taxi y población en Barcelona. Años 2006-2018.....	25
9. Gráfico 2.7 Número de licencias de taxi y población en Madrid. Años 2006-2018.....	26
10. Gráfico 2.8 Número de licencias de taxi y población en Valencia. Años 2006-2018.....	26
11. Gráfico 3.1 Ingresos de explotación (Euros). Años 2014-2017.....	33
12. Gráfico 3.2 Impuesto sobre Sociedades (Euros). Años 2014-2017.....	33
13. Gráfico 4.1 Ingresos de Explotación (Euros). Años 2014-2017.....	43
14. Gráfico 4.2 Impuestos sobre Sociedades (Euros). Años 2014-2017.....	43

INTRODUCCIÓN

El objetivo principal de este trabajo es diferenciar la economía colaborativa y la economía bajo demanda en el transporte de viajeros, basándonos en el estudio de las empresas BlaBlaCar y Uber y analizar los posibles efectos que estos nuevos modelos económicos tienen sobre el sector del transporte de viajeros y sobre la sociedad en general.

Nos encontramos en un momento en el que la tecnología está cambiando y avanzando constantemente, llegando a unos límites insospechados. La sociedad está experimentando una transformación en su forma de pensar, ya que poco a poco se está concienciando para evitar un consumo innecesario y, por lo tanto, compartir e intercambiar bienes o servicios dejando de verlos como de su propiedad. Por otro lado, cada vez más personas muestran una preocupación por el medioambiente. Sin olvidarnos, que tras la crisis económica las personas buscan alternativas más económicas y que se adapten mejor a sus necesidades.

“Estamos asistiendo a un profundo cambio de paradigma con respecto al consumo, la propiedad y las relaciones sociales que se está materializando en nuevos modelos económicos, donde la tecnología permite nuevas maneras de conectar, crear y compartir valor”. Rodríguez Marín (2016)

Los hechos anteriores son las causas que han dado lugar a un cambio en la estructura económica a nivel mundial, apareciendo nuevos modelos económicos como son la economía colaborativa y la economía bajo demanda.

La economía colaborativa se basa en compartir, intercambiar o utilizar bienes o servicios mediante una plataforma digital, sin ánimo de lucro creando una relación de confianza entre las personas. En cambio, en la economía bajo demanda, un profesional, con ánimo de lucro, realiza un servicio que un usuario le ha demandado mediante una plataforma digital, estableciendo una relación comercial.

Estas economías están formadas por diferentes plataformas como son las destinadas al alojamiento en una vivienda o habitación a particulares, intercambiar casas, comprar o vender productos de segundo mano, el crowdfunding de donación, alquiler de coches entre particulares, prestar el servicio de guías turísticas, compartir comida entre particulares o el transporte de viajeros por automóvil.

El trabajo se organiza de la siguiente forma. En primer lugar, intentaremos dar una explicación clara de la economía colaborativa y la economía bajo demanda, las diferenciaremos entre ellas y las separaremos de la economía conocida como “sociedad

de propiedad” e indicaremos las causas que las han impulsado. En segundo lugar, definiremos el carpooling y el servicio de vehículos con conductor, analizando la evolución que han tenido. En tercer lugar, estudiaremos los transportes conocidos como tradicionales, puesto que consideramos que son los principales competidores de las dos plataformas en las que profundizaremos posteriormente. Dichos transportes son el servicio de autobús, el servicio de ferrocarril y el servicio del taxi. En cuarto lugar, para adentrarnos y conocer mejor a las empresas BlaBlaCar y Uber, explicaremos cómo surgieron, cómo es su funcionamiento y su actividad económica en nuestro país. Además, mostraremos cuáles son los retos a los que se enfrentan, sus principales aspiraciones, sus ventajas e inconvenientes así como sus similitudes y diferencias. Por último, realizaremos una conclusión en la que expondremos los posibles efectos de estos nuevos modelos económicos en el sector de transporte de viajeros y en la sociedad en general.

1. LOS MODELOS COLABORATIVOS Y BAJO DEMANDA.

En esta sección, tras definir la economía colaborativa y bajo demanda, explicaremos las diferencias entre ellas, separándolas de la economía conocida como “sociedad de propiedad”, así como las causas que las han impulsado. Por otro lado, nos centraremos en el transporte de viajeros, concretamente, en las prácticas del carpooling y del servicio de vehículos con conductor realizando, posteriormente, un estudio sobre su evolución.

1.1. ECONOMÍA COLABORATIVA.

En este tipo de economía las personas comparten, intercambian, utilizan o intervienen en los recursos o bienes que ya existen, de forma segura y sostenible mediante el uso de una plataforma digital. Por otro lado, en esta economía la contraprestación entre los usuarios puede existir o no, pero siempre sin ánimo de lucro. Otra característica es que la economía colaborativa se nutre de la confianza de las personas que comparten sus bienes y servicios. Es decir, es una economía basada en las relaciones de confianza que establecen las personas.

“La economía colaborativa la conforman aquellos modelos de producción, consumo o financiación que se basan en la intermediación entre la oferta y la demanda generada en relaciones entre iguales Peer-to-Peer o Business-to-Business (P2P o B2B) o de particular a profesional a través de plataformas digitales que no prestan el servicio subyacente, generando un aprovechamiento eficiente y sostenible de los bienes y recursos ya existentes e infrautilizados, permitiendo utilizar, compartir, intercambiar o invertir los recursos o bienes, pudiendo existir o no una contraprestación entre los usuarios.” Rodríguez Marín (2016)

Dentro de este tipo de economía podemos encontrar plataformas como “Creciclando”, basada en el intercambio de productos para niños como ropa o juguetes; “Intercambiocasas”, que consiste en la permuta de casas; “BlaBlaCar”, que permite compartir un trayecto en coche; “Swapp”, destinada a facilitar el intercambio de diferentes objetos sin necesidad de dinero de por medio o “BlueBottleBiz”, basada en el aprendizaje colaborativo con una biblioteca digital.

1.2. ECONOMÍA BAJO DEMANDA.

En este tipo de economía se establece una relación entre un profesional y un consumidor, en la que se produce una oferta y una demanda a través de una plataforma digital. En este caso, existe ánimo de lucro ya que el ofertante obtiene un beneficio económico por el servicio que se le ha demandado. Además, es el usuario quien demanda un determinado servicio esperando que un profesional se ofrezca a realizarlo adaptándose a las necesidades del primero. Por lo tanto, se establece una relación comercial.

“Dentro de la economía bajo demanda, encontramos aquellos modelos de consumo y provisión de servicios que se basan en la intermediación entre la oferta y la demanda generada habitualmente de profesional a consumidor business-to-consumer (B2C) a través de plataformas digitales que no prestan el servicio subyacente y cuya prestación se origina en base a las necesidades del usuario que demanda y se adapta a sus preferencias, prestándose normalmente a cambio de una contraprestación y habitualmente con ánimo de lucro.” Rodríguez Marín (2016)

Bajo este tipo de economía se sitúan plataformas como “Chefly”, que conecta usuarios con cocineros para que cocinen a los usuarios en sus casas lo que deseen; “Glovo”, que consiste en el reparto a domicilio o “Uber”, que permite conectar a conductores con pasajeros en el transporte de viajeros.

1.3. ECONOMÍA COLABORATIVA FRENTE ECONOMÍA BAJO DEMANDA.

En esta subsección, describiremos las diferencias y similitudes que tienen la economía colaborativa y la economía bajo demanda entre ellas y las separaremos de la economía conocida como “sociedad de propiedad”. Además, presentaremos las principales causas que las han impulsado.

La diferencia principal entre economía colaborativa y economía bajo demanda se encuentra en que en la primera puede existir o no una contraprestación económica, pero nunca ánimo de lucro, mientras que en la segunda existe el beneficio económico por parte del profesional y, por lo tanto, siempre hay ánimo de lucro. Otra diferencia es que, en la economía colaborativa se intercambian o comparten bienes o servicios, en cambio, en la economía bajo demanda una profesional oferta un servicio que un usuario ha demandado.

Sin embargo, una de las similitudes es que tanto en la economía colaborativa como en la economía bajo demanda se pueden producir en todo tipo de relaciones. A pesar de eso, en la economía colaborativa es habitual la relación entre particulares, mientras que en la economía bajo demanda la usual es entre un profesional y un particular. Otra característica en común es el uso de una plataforma digital que intermedia en el contacto entre los participantes.

Por otro lado, la diferencia principal que separa a las economías colaborativa y bajo demanda de la economía conocida como “sociedad de propiedad” es que en las primeras se necesita una plataforma digital para poder llevar a cabo el intercambio o prestación de bienes o servicios. Por lo tanto, es necesario el uso de la tecnología para que se produzcan estas economías.

Con respecto a las principales causas que han impulsado este tipo de economía que han dado lugar al auge que están experimentando, encontramos las siguientes.

Principalmente, el desarrollo tecnológico, ya que se trata de plataformas digitales. Además, con la crisis económica la mayoría de las personas han experimentado la necesidad de adaptarse a los nuevos tiempos y buscar soluciones alternativas más económicas. Por último, otro impulso que ha ayudado al crecimiento de estas economías es un cambio de mentalidad de las personas al no ver sus propiedades como uso exclusivo para ellos y aceptar la posibilidad de compartir y de sumarse a las nuevas tecnologías. Además, la conciencia que está tomando el ser humano por el medioambiente y una preocupación social por este.

Desde un principio, tanto la economía colaborativa como la economía bajo demanda se englobaban en un mismo concepto. De hecho, todavía hay autores o informes que siguen enlazándolas, como por ejemplo la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, CNMC. Al tratarse de economías que están aún en evolución, no disponemos de los datos suficientes para conocer su repercusión exacta sobre la sociedad en general.

Seguro que todas las personas han compartido ropa entre hijos, primos y amigos o han acordado utilizar un solo coche compartiendo gastos para realizar un viaje programado, por ejemplo. Por lo tanto, se puede afirmar que, *“La colaboración directa entre personas buscando un beneficio mutuo siempre ha existido”*. Jacques Bulchand y Santiago Melián. (2016)

Estos ejemplos son conocidos más bien como consumo colaborativo porque no existe de por medio una plataforma digital. Por lo tanto, la economía colaborativa es la evolución del concepto consumo colaborativo.

En cambio, *“En marzo de 2011, la revista Time incluía la economía colaborativa como una de las diez ideas que cambiarían el mundo”*. Domínguez Martínez (2017). Es, tras esta publicación, cuando realmente se empieza a conocer la economía colaborativa como tal y comienza a tener un mayor reconocimiento e importancia social.

Sin duda alguna, estas economías han venido para quedarse. Aunque la crisis económica haya ido desapareciendo y siendo cada vez más insignificante, el gran auge de las innovaciones tecnológicas y el cambio de mentalidad de las personas permite que estas economías no paren de crecer y cada vez más empresas, estén dispuestas a desarrollar un modelo de negocio basado en ellas.

Para entender mejor la evolución de estas economías nos apoyamos en los datos que nos ofrece la CNMC a partir de junio de 2016 en su Panel de Hogares. A este respecto, la Tabla 1.1. muestra el porcentaje de usuarios que utiliza alguna plataforma relacionada con la economía colaborativa al menos una vez al año del segundo semestre de los años 2016, 2017 y 2018.

Las plataformas que más utilizan los individuos son las destinadas a comprar o alquilar productos de segunda mano, siendo 3 de cada 10 personas las que realizan esta práctica. El segundo lugar lo ocupa el alojamiento en una habitación o vivienda de otro particular, produciéndose un aumento de 3.2 puntos porcentuales, p.p., en los años analizados. En tercer lugar, a pesar de que ha experimentado un descenso de 1.2 puntos porcentuales entre 2016 y 2018, se encuentra el desplazamiento en coche a otras ciudades aprovechando el viaje de un conductor particular. El desplazamiento en coche por la ciudad con un conductor ocupa el cuarto lugar. Observamos que ha experimentado un aumento del año 2016 con 2.4% a casi un 5% en 2018, por lo que se ha duplicado. En quinto lugar, se sitúa aportar dinero para algún proyecto, produciéndose un descenso ligero de 0.3 p.p. El último lugar lo ocupa buscar a alguien para realizar tareas, siendo elegida solo por el 3% de los internautas.

La CNMC informa que las principales causas que llevan a los internautas a utilizar estas plataformas son que consideran que tienen un precio más ventajoso, que se ajustan mejor a sus horarios o necesidades y que se contratan de manera más ágil o cómoda frente a los servicios tradicionales.

Tabla 1.1 Internautas que usan plataformas de economía colaborativa al menos una vez al año (porcentaje de individuos). Periodo: II-2016, II-2017 y II-2018.

	II-2016	II-2017	II-2018
1.Alojarme en una vivienda	9.7%	11.9%	12.9%
2.Comprar o alquilar productos	26.9%	29.6%	27.2%
3.Dinero para proyecto	4.4.%	4.8%	4.1%
4.Buscar a alguien para realizar tareas.	3.7%	3.5%	3.1%
5.Desplazarme en coche por la ciudad.	2.4%	3.9%	4.9%
6.Desplazarme en coche a otras ciudades.	6.4%	6.5%	5.2%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de CNMC

*Los datos corresponden al segundo semestre de los años 2016, 2017 y 2018.

**Universo: Individuos que usan Internet al menos semanalmente.

1. Alojarme en una habitación/vivienda de otro particular.
2. Comprar o alquilar algún producto de segunda mano.
3. Aportar dinero para algún proyecto.
4. Buscar a alguien para que realice alguna tarea
5. Desplazarme en coche con conductor por la ciudad.
6. Desplazarme en coche a otras ciudades aprovechando el viaje de un conductor particular.

1.4. ECONOMÍA COLABORATIVA Y ECONOMÍA BAJO DEMANDA EN EL TRANSPORTE DE VIAJEROS.

A pesar de que existen diferentes prácticas en el transporte de viajeros dentro de este tipo de economías, vamos a centrarnos en el transporte de viajeros en automóvil. Concretamente, en las prácticas del carpooling y servicios de vehículos con conductor, ya que las empresas que vamos a analizar posteriormente se incluyen dentro de estas prácticas.

El carpooling es un claro ejemplo de economía colaborativa. El conductor ni es experto ni obtiene un beneficio, solamente comparte el vehículo con los gastos que esto conlleva por la realización del trayecto y por el cuidado del automóvil. Además, el trayecto lo determina el conductor según el recorrido que quiera realizar, por lo que el pasajero se adapta a la oferta de este, aunque sí pueden acordar, por ejemplo, el sitio de recogida o finalización del recorrido. Por otro lado, esta práctica puede llevarse a cabo en

recorridos que se realizan diariamente de corta distancia como, por ejemplo, ir de casa al trabajo.

El carpooling: *“Comprende el uso compartido de un vehículo motorizado privado, que se lleva a cabo con uno o más pasajeros en el contexto de un trayecto que el conductor ya tenía planeado, compartiendo gastos y sin ánimo de lucro”* Rodríguez Marín (2016).

En España, se incluyen dentro de este modelo plataformas como Amovens, TerangaGO o BlaBlaCar (empresa que estudiaremos posteriormente).

Por otro lado, el servicio de vehículos con conductor es un claro ejemplo de economía bajo demanda. Un conductor profesional que posee una licencia de vehículos de transporte con conductor (VTC) se ofrece a realizar un determinado servicio que demanda el pasajero obteniendo un beneficio económico por ello.

Además, en este caso es el pasajero quien determina el trayecto ya sea a corta, media o larga distancia que quiere realizar. El conductor obtiene un beneficio por llevar a cabo ese trayecto. Por lo tanto, podemos determinar que existe una relación comercial entre el conductor y el usuario de la plataforma.

Los servicios de vehículos con conductor son: *“Actividades consistentes en la contratación de un vehículo con conductor para trayectos que habitualmente son de corta distancia en ciudad pero que también puede ser de media o larga distancia. El conductor es un profesional, que realiza esta actividad comercial con ánimo de lucro, y el trayecto lo elige el pasajero a demanda. En el caso de España, debido a la normativa existente, este tipo de plataformas están operando actualmente bajo la licencia VTC”*. Rodríguez Marín (2016)

En nuestro país, Cabify o UberX (empresa que estudiaremos posteriormente) son claros ejemplos de plataformas para el servicio de vehículos con conductor.

1.5. EVOLUCIÓN.

En esta subsección, estudiaremos la frecuencia de uso tanto del desplazamiento en coche por la ciudad con conductor como del desplazamiento en coche a otras ciudades aprovechando el viaje de un conductor particular. Para ello, nos apoyaremos en los datos e información que nos ofrece la CNMC en el Panel de Hogares.

La Tabla 1.2. muestra el porcentaje de los usuarios que se desplazan en coche por la ciudad con un conductor en los segundos semestres de los años desde 2016 a 2018. Los individuos que no realizan esta práctica, 95% en 2016 y 93.4% en 2018, disminuyen 1,6 p.p. en los años analizados. En consecuencia, el uso al menos una vez al año ha

aumentado. Observamos cómo el porcentaje de individuos que utiliza más de una vez al año este servicio de transporte de viajeros es el más elevado, 1,1% en 2016 y 2% en 2018, experimentando un aumento de 0,9 p.p. de 2016 a 2018. Sin embargo, el porcentaje de usuarios con una frecuencia inferior a una vez a la semana es el más pequeño, alrededor del 0.3% entre 2017 y 2018, sin mostrar ningún cambio destacable.

TABLA 1.2. Frecuencia uso desplazamiento en coche por la ciudad con un conductor. Período II-2016, II-2017 y II-2018.

	II-2016	II-2017	II-2018
No uso	95,0%	94,5%	93,4%
Una vez al año	0,8%	1,2%	1,7%
Mas de una vez al año	1,1%	1,4%	2,0%
Al menos una vez al mes	0,6%	1,1%	0,9%
Al menos una vez a la semana	0,2%	0,3%	0,3%
Ns/Nc	2,6%	1,6%	1,7%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la CNMC

*Los datos que se muestran son del segundo semestre de cada año analizado.

**Usuarios: Individuos que usan Internet al menos semanalmente.

La Tabla 1.3. muestra la frecuencia de desplazarse en coche a otras ciudades aprovechando el viaje de un conductor particular en los segundos semestres de 2016, 2017 y 2018. El porcentaje de individuos que no realizan esta práctica, 91% en 2016 y 93% en 2018, ha aumentado 2 p.p. Entonces, esto indica que el porcentaje de usuarios que utilizan este medio de transporte ha disminuido. Al igual que desplazarse en coche por la ciudad, el porcentaje de usuarios que realizan esta práctica más de una vez al año es el más alto, 2,7% en 2016 y 2,2% en 2018, aunque disminuye 0,5 p.p. los años estudiados. Llevan a cabo esta práctica al menos una vez a la semana el porcentaje más bajo, alrededor del 0,4% en 2016 y 2018, sin experimentar ningún cambio.

Tabla 1.3. Frecuencia uso desplazamiento en coche a otras ciudades aprovechando el viaje de un conductor particular. Periodo II-2016, II-2017 y II-2018.

	II-2016	II-2017	II-2018
No uso	91,0%	92,0%	93,0%
Una vez al año	2,4%	2,1%	2%
Más de una vez al año	2,7%	2,9%	2,2%
Al menos una vez al mes	0,9%	1,1%	0,6%
Al menos una vez a la semana	0,4%	0,3%	0,4%
Ns/Nc	2,6%	1,5%	1,8%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la CNMC.

*Los datos que se muestran son del segundo semestre de cada año analizado.

**Usuarios: Individuos que usan Internet al menos semanalmente.

Se prevé que este tipo de prácticas continúen aumentando con el paso de los años, ya que los encuestados consideran que desplazarse utilizando ambas formas tiene un precio más económico, ofrece una mayor calidad de servicio que otros servicios tradicionales, proporciona un servicio que no encuentran en el mercado y que los servicios se contratan de una manera más rápida y ágil.

Hace algunos años, los VTC se utilizaban para el transporte de personas en un coche con chófer como las limusinas. Ahora, se ofertan por empresas que realizan un servicio a través de una aplicación de móvil para transportar a personas por cualquier parte de la ciudad.

La administración se refiere a los VTC como a los vehículos que tienen la licencia para el transporte de viajeros mediante un arrendamiento de los mismos con conductor. La palabra arrendamiento es la clave de distinción respecto al taxi, ya que un VTC para poder realizar un viaje habría que contratarlo previamente. Al contrario de lo que ocurre con los taxis, que siempre que estén de servicio tiene plena disponibilidad sin necesidad de contratar el servicio con antelación.

Tiempo atrás existía una clara separación entre los nichos de mercado de los VTC y los taxis. Muy pocas personas contrataban un servicio de limusina o coche oficial para ir desde el aeropuerto a su casa o realizar un trayecto de corta distancia. Eso quedaba reservado para quienes quisieran un transporte premium y pudieran permitírselo.

Sin embargo, compañías como Uber han cambiado este panorama. La compañía utiliza esta licencia para dar un servicio muy parecido al de los taxis. Pero, ni su forma de

contratar el servicio ni sus precios se corresponden con los de las tradicionales empresas de chóferes.

Como primer dato, el modelo de negocio que llevan a cabo les ha posibilitado una reducción de los precios en ocasiones más bajos que los taxis. Como segundo dato, los vehículos utilizados tienen una calidad cercana o incluso mejor que la de los taxis. Por último, el contrato a través del móvil es mucho más flexible y accesible que las empresas con conductor convencionales.

A continuación, vamos a estudiar la evolución del número de licencias VTC, basándonos en los datos que recoge el informe “Observatorio del transporte de viajeros por carretera, oferta y demanda” de enero de 2019, que ofrece el Ministerio de Fomento.

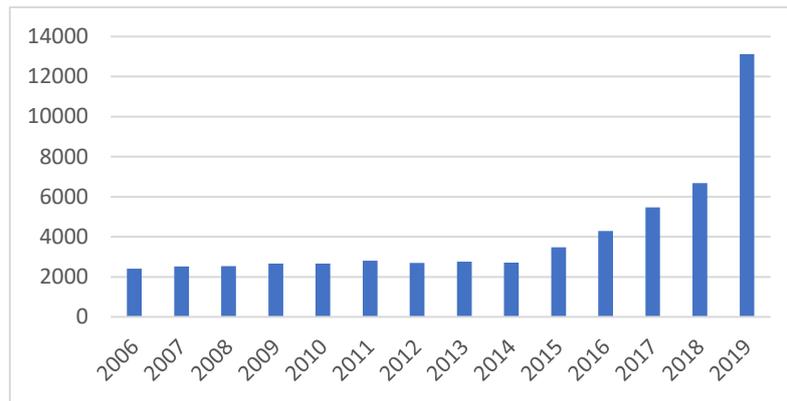
La Tabla 1.4., representada en el Gráfico 1.1., muestra los datos correspondientes al número de licencias VTC en España a fecha 1 de enero entre los años 2006 y 2019. Las licencias VTC se han incrementado de manera considerable con una tasa de variación media acumulada, TVMA, del 13,94%, pasando de 2.404 en 2006 a 13.115 en 2018, 10.711 licencias más en 12 años. Observamos que este aumento ha sido considerable a partir de 2014 y llama la atención el hecho de que se duplique de 2018 a 2019. Este hecho se produce, probablemente, como consecuencia de la llegada de empresas bajo licencias de VTC como Uber.

Tabla 1.4. Total licencias de VTC en España. Periodo 2006-2018.

	TOTAL ESPAÑA	POBLACIÓN	LICENCIAS/100 HABITANTES
2006	2.404	44.360.521	0,00541
2007	2.517	45.236.004	0,00556
2008	2.538	45.983.169	0,00551
2009	2.665	46.397.550	0,00574
2010	2.662	46.562.483	0,00571
2011	2.805	46.736.257	0,00600
2012	2.697	46.766.403	0,00576
2013	2.754	46.593.236	0,00581
2014	2.703	46.455.123	0,00079
2015	3.474	46.410.149	0,00748
2016	4.296	46.449.874	0,00924
2017	5.473	46.532.869	0,01176
2018	6.687	46.733.038	0,01430
2019	13.115	46.934.632	0,02802
TVMA (%)	13,94	0,4348	0,1348

Fuente: Elaboración propia a partir del informe del Ministerio de Fomento y del INE.

Gráfico 1.1. Total licencias VTC en España. Periodo 2006-2018.



Fuente: Elaboración propia a partir del informe del Ministerio de Fomento.

La Tabla 1.5 representada en el Gráfico 1.2 muestra, independientemente, el número de licencias de VTC y la población de Cataluña, Comunidad de Madrid y Comunidad Valenciana en los años 2005, 2010 y desde 2015 a 2019.

La Comunidad de Madrid se sitúa en primer lugar con una media de 3.004 licencias en los años estudiados. El segundo lugar lo ocupa Cataluña, con una media de 756 licencias. La Comunidad Valenciana registra una media de 195 licencias en los años analizados.

Las licencias de VTC en Cataluña han aumentado a una TVMA del 14,79%, pasando de 402 en 2005 a 2.418 en 2019, por lo que se han incrementado considerablemente, en 2.016 licencias. La población asciende a 620.888 habitantes más en los años estudiados. Estos valores implican que el número de licencias por cada 10.000 habitantes ha aumentado de 0,57 en 2005 a 3,19 en 2019.

El número de licencias de VTC en la Comunidad de Madrid ha experimentado un crecimiento a una TVMA del 20,52%, pasando de 581 en 2005 a 6.559 licencias en 2019, por lo que se ha incrementado en 5.978 licencias en este periodo de tiempo. El número de licencias de VTC en Madrid supera el 70% del total de licencias en España. La población de Madrid ha aumentado en 728.370 habitantes en los años analizados. El número de licencias por cada 10.000 ciudadanos se ha incrementado de 0,98 en 2005 hasta 9,87 en 2019.

En lo que respecta a la Comunidad Valenciana se ha producido un incremento a una TVMA del 6,47%, pasando de 142 en 2005 a 321 en 2019, por lo que el número de licencias ha aumentado en 179. La población se ha incrementado en 323.368 habitantes en los años analizados. En consecuencia, el número de licencias por cada 10.000 habitantes asciende desde 0,3 en 2005 hasta 0,64 en 2019.

En las tres Comunidades Autónomas se ha producido un incremento del número de licencias de VTC en los últimos años. Esto se debe principalmente a la entrada de empresas en el país que actúan bajo este tipo de licencias.

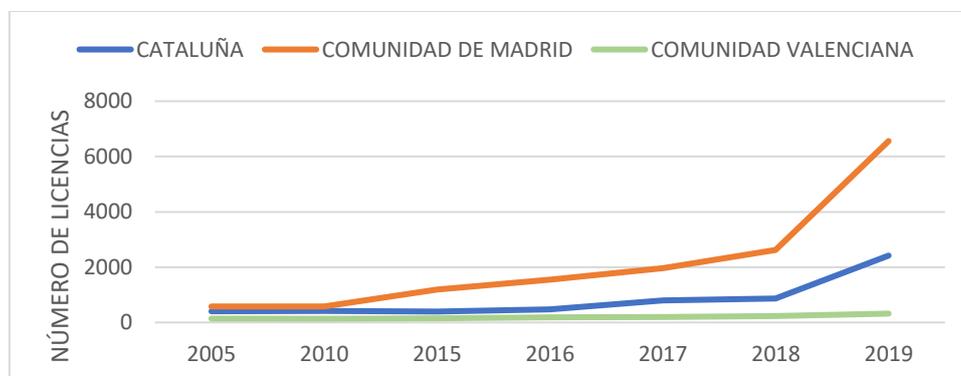
En el Gráfico 1.2 se observa cómo Madrid destaca significativamente por encima de Cataluña y la Comunidad Valenciana. No obstante, en las tres Comunidades Autónomas, se aprecia el incremento de licencias en 2019, lo cual nos hace pensar que seguirán aumentando en los próximos años. En cambio, no sabemos con exactitud esta suposición debido a que la Generalitat de Cataluña y la Generalitat Valenciana han impuesto unas restricciones a las licencias VTC, que han desembocado en la marcha de empresas como Uber de estas comunidades.

Tabla 1.5. Licencias de VTC y población de Cataluña, Comunidad de Madrid y Comunidad Valenciana. Años 2005, 2010 y periodo 2015-2019.

	CATALUÑA	COMUNIDAD DE MADRID	COMUNIDAD VALENCIANA	POBLACIÓN CATALUÑA	POBLACIÓN MADRID	POBLACIÓN C.VALENCIANA	LICENCIAS/100 HABITANTES CATALUÑA	LICENCIAS/100 HABITANTES C.MADRID	LICENCIAS/100 HABITANTES C.VALENCIANA
2005	402	581	142	6944211	5912335	4651107	0,00578	0,00982	0,00305
2010	412	579	135	7477257	6384358	4681039	0,00551	0,00906	0,00288
2015	395	1192	151	7477257	6401162	4931281	0,00528	0,01862	0,00306
2016	478	1553	183	7416448	6445484	4927857	0,00644	0,02093	0,00371
2017	803	1961	198	7450371	6504797	4929936	0,01077	0,03014	0,00401
2018	864	2625	236	7516045	6586489	4948698	0,01149	0,03985	0,00476
2019	2418	6559	321	7565099	6640705	4974475	0,03196	0,09876	0,00645
TVMA %	14,79	22,38	6,47	0,66	0,89	0,51	14,04	19,45	5,92

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Ministerio de Fomento y el INE.

Gráfico 1.2. Número de licencias de VTC en Cataluña, Comunidad de Madrid y Comunidad Valenciana. Años 2005, 2010 y periodo 2015 -2019.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Ministerio de Fomento y el INE.

La Ley Orgánica de Ordenación del Transporte Terrestre (LOTT) establece que debe existir una proporción de 1 de cada 30 entre las VTC y los taxis. Sin embargo, esta ratio

ya ha sido superado en algunas comunidades autónomas. Por ello, para regular esta situación, el 28 de septiembre de 2018 se convalidó un real decreto ley, en el que se da la capacidad a las comunidades autónomas y a los ayuntamientos a regularizar la actividad de los VTC, permitiendo un régimen transitorio de cuatro años para que adecuen la legislación, periodo que podrá aumentar a seis meses en casos determinados.

2. TRANSPORTE TRADICIONAL DE VIAJEROS.

En esta sección, vamos a realizar un estudio sobre el transporte de viajeros tradicional en España. Para ello, pese a que hay muchos medios de transporte para moverse y viajar, nos centraremos en el servicio de autobús, el servicio de ferrocarril y en el servicio que ofrecen los taxistas, ya que son considerados como los competidores más cercanos de BlaBlaCar y Uber.

2.1. EVOLUCIÓN DEL SERVICIO DE AUTOBÚS.

En esta subsección estudiaremos la evolución del número y porcentaje de viajeros que utiliza el servicio de autobús entre los años 2009 y 2018. Consideramos separadamente el servicio de autobús urbano, interurbano cercanías, interurbano media distancia e interurbano larga distancia.

Los datos correspondientes, recogidos en la Tabla 2.1. y representados en las Gráficas 2.1. y 2.2., proporcionan las siguientes características de este medio de transporte tradicional en el periodo 2009 - 2018.

El servicio urbano es el más usado con una media anual de 1.699.741 viajeros en el periodo analizado. En segundo lugar, con una media anual de 460.999 viajeros, encontramos el servicio de cercanías y, en tercer lugar, se sitúa el transporte a media anual distancia cuya media anual de pasajeros es de 198.491. Por último, con una media de viajeros de 17.211, encontramos el transporte de larga distancia, siendo el menos utilizado por los usuarios en el periodo del 2009-2018.

El servicio urbano de autobús lo utilizan en los años analizados, entre 1.625.648 y 1.767.580 viajeros, lo que supone un uso de la población entre un 3,48% (2013) y un 3,78% (2009 y 2018). En general, se observa un leve aumento desde 2009 a 2018 con, una tasa de variación media acumulada del 0,0806%.

En lo que respecta al servicio del cercanías del autobús, el número de viajeros que eligen este medio de transporte se sitúa entre 442.484 y 480.015, suponiendo un uso

de la población de entre el 0,95% (2014) y el 1,02% (2018). En este caso, se produce un moderado aumento siendo su TVMA del 0,3346% entre 2009 y 2018.

El servicio interurbano de media distancia es utilizado entre 193.111 y 206.169 viajeros, dando lugar a un uso de la población entre el 0,415% (2016) y el 0,442% (2010). Su TVMA es -0,1658% por lo que se ha producido un descenso entre 2009 y 2018.

En lo que respecta al servicio interurbano de larga distancia, lo eligen entre 15.519 y 19.857 viajeros, lo que representa entre el 0,0427% (2009) y el 0,0332% (2018) de la población. En este caso, el descenso es mayor siendo la TVMA -2,716%.

Por lo tanto, el uso de la población tanto del servicio urbano como del interurbano cercanías ha aumentado en los años analizados. En ambos servicios, en general, aunque se produce cierto descenso en el número de viajeros en los años centrales, a partir de 2014 empieza a incrementar para terminar 2018 con valores ligeramente superiores a los iniciales de 2009. En cambio, el uso del servicio interurbano de media distancia e interurbano larga distancia han descendido, alcanzando este último su mínimo en 2018, con un total de 15.519 viajeros. El primero desciende en los años centrales y se empieza a recuperar a partir de 2016 pero no alcanza en 2018 el valor del año 2009. Por lo contrario, el número de pasajeros del servicio interurbano de larga distancia experimenta un descenso continuo en todos los años estudiados.

Tabla 2.1. Total y porcentaje de viajeros que utilizan el servicio de autobuses en el periodo 2009-2018.

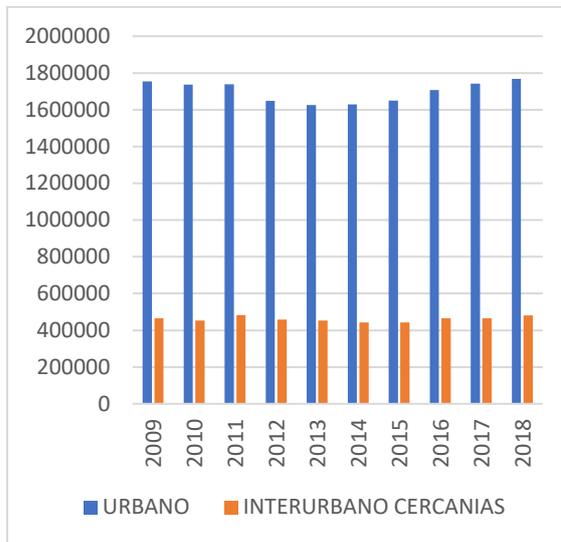
	URBANO	CERCANIAS	MEDIA DISTANCIA	LARGA DISTANCIA	POBLACIÓN	URBANO (%)	CERCANIAS (%)	M.DISTANCIA %	L.DISTANCIA %
2009	1.754.797	465.798	202.301	19.857	46.397.550	3,78	1,00	0,436	0,0427
2010	1.736.193	453.284	206.169	18.874	46.562.483	3,72	0,97	0,442	0,0405
2011	1.738.259	483.444	204.315	18.483	46.736.257	3,71	1,03	0,437	0,0395
2012	1.647.443	457.500	201.818	18.189	46.766.403	3,52	0,97	0,431	0,0388
2013	1.625.648	452.683	194.362	16.809	46.593.236	3,48	0,97	0,417	0,0360
2014	1.629.552	442.484	194.111	16.027	46.455.123	3,54	0,95	0,417	0,0344
2015	1.649.390	443.262	194.108	16.125	46.410.149	3,55	0,95	0,418	0,0347
2016	1.706.536	465.438	193.111	16.057	46.449.874	3,67	1,00	0,415	0,0345
2017	1.742.019	466.082	195.322	16.173	46.532.869	3,74	1,00	0,419	0,0475
2018	1.767.580	480.015	199.302	15.519	46.733.038	3,78	1,02	0,426	0,0332
*TVMA (%)	0,0806	0,3346	-0,1658	-2,7016	0,0008	-0,0002	0,0022	-0,0019	-0,0207

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE.

*Tasa de variación media acumulada.

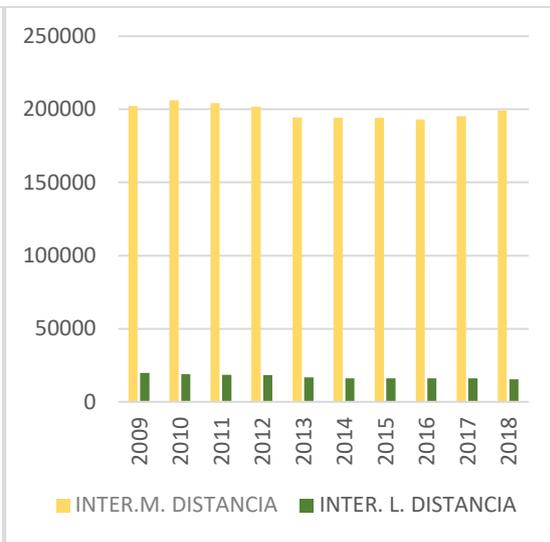
**Tomamos como referencia desde el 2009 porque en el INE no existen datos anteriores a esa fecha del servicio de autobús cercanías, media distancia y larga distancia.

Gráfico 2.1. Total de viajeros que utiliza el servicio de autobús urbano y cercanías. Años 2009-2018.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE.

Gráfico 2.2. Total de viajeros que utiliza el servicio de autobús media y larga distancia. Años 2009-2018.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE.

2.2. EVOLUCIÓN DEL SERVICIO DE FERROCARRIL.

Al igual que en la subsección anterior, vamos a realizar un estudio sobre la evolución del servicio de ferrocarril en España, pero esta vez con datos desde el 2006 hasta el 2018. Consideraremos separadamente el total de viajeros que han utilizado el servicio interurbano, cercanías, media distancia y larga distancia, datos que nos ayudarán a entender mejor la evolución.

Los datos de la Tabla 2.2., representada en las Gráficas 2.3. y 2.4., proporcionan las siguientes características de este medio de transporte tradicional desde 2006 a 2018.

El transporte interurbano es el más utilizado con una media anual de 591.078 viajeros. En segundo lugar, destaca el de cercanías cuya media anual es 533.521 viajeros entre los años 2006 y 2018. El transporte de media distancia ocupa la tercera posición con una media anual de 32.315 viajeros. En la cuarta posición nos encontramos con el transporte de larga distancia con una media anual es de 25.724 pasajeros.

El servicio de ferrocarril interurbano es utilizado entre 565.959 y 628.342 personas, suponiendo un 1,21% (2013) y 1,41% (2006) de la población. Se ha producido un leve descenso, con una TVMA de -0,27%, en los años 2006 - 2018.

Por otro lado, el servicio de cercanías es utilizado entre 510.724 y 578.112 viajeros en los años analizados, lo que indica un 1,09% (2015) y un 1,3% (2006) de la población.

Se puede observar que se ha producido un descenso durante 2006 - 2018 un poco mayor que en el servicio anterior ya que la TVMA es -0,277%.

En cuanto el servicio de media distancia, los viajeros se sitúan entre 29.965 y 36.620 en los años estudiados, lo que representa un 0,064% (2014) y 0,069% (2017) de la población. Al contrario que en los dos servicios anteriores, se produce un pequeño aumento con una TVMA de 0,222% entre 2006 y 2018.

El servicio de larga distancia es utilizado entre 18.231 y 33.639 viajeros, lo que supone un 0,041% (2006) y un 0,071% de la población. Su TVMA es del 5,237% por lo que se ha producido un aumento considerable.

Como se puede observar, el servicio interurbano y el servicio de cercanías han descendido con el paso del tiempo en los años estudiados. En ambos servicios, en general, aunque se ha producido un descenso del número de viajeros en los años centrales, a partir del 2016 empieza a incrementarse hasta llegar casi al mismo número de viajeros de 2006. Lo contrario ocurre con el servicio de media y larga distancia. En el caso del servicio de ferrocarril de media distancia ha aumentado en 866 viajeros en los años estudiados y presenta vaivenes siendo el más acentuado en 2017. El servicio de larga distancia presenta un aumento progresivo desde 2006 hasta 2018, siendo este más acentuado, en los años 2008, 2013 y 2014.

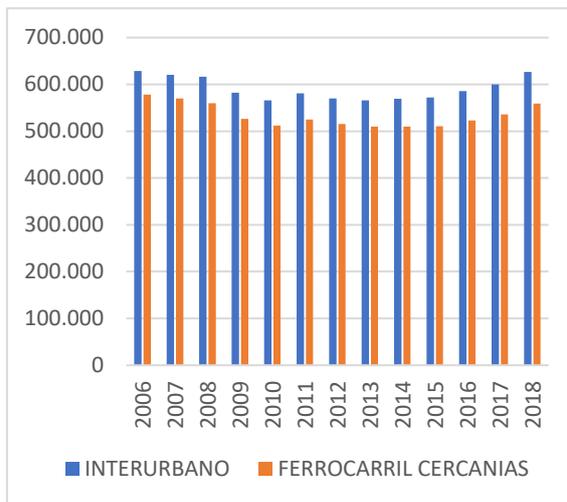
Tabla 2.2. Total y porcentaje de viajeros que utilizan el servicio de ferrocarril en el periodo 2006-2018.

	INTERURBANO	CERCANIAS	MEDIA DISTANCIA	LARGA DISTANCIA	POBLACIÓN	INTER. (%)	CERCANIAS (%)	M. DISTANCIA (%)	L. DISTANCIA (%)
2006	628.342	578.112	32.001	18.231	44.360.521	1,41	1,30	0,072	0,041
2007	620.660	570.289	31.773	18.597	45.236.004	1,37	1,26	0,070	0,041
2008	616.255	559.685	33.283	23.256	45.983.169	1,34	1,21	0,072	0,050
2009	582.342	526.535	32.707	23.098	46.397.550	1,25	1,13	0,070	0,049
2010	566.170	512.045	31.933	22.193	46.562.483	1,21	1,09	0,068	0,047
2011	580.978	525.171	32.979	22.832	46.736.257	1,24	1,12	0,070	0,048
2012	569.921	515.655	31.915	22.347	46.766.403	1,21	1,10	0,068	0,047
2013	565.959	509.753	30.791	25.597	46.593.236	1,21	1,09	0,066	0,054
2014	569.423	509.782	29.965	29.677	46.455.123	1,21	1,09	0,064	0,063
2015	572.177	510.724	30.644	30.809	46.410.149	1,23	1,09	0,066	0,066
2016	585.470	523.022	30.629	31.820	46.449.874	1,26	1,12	0,065	0,068
2017	600.030	535.808	36.620	32.323	46.532.869	1,28	1,15	0,069	0,069
2018	626.296	559.194	32.867	33.639	46.733.038	1,34	1,19	0,070	0,071
*TVMA (%)	-0,027	-0,277	0,222	5,237	0,435	-0,004	-0,007	0,0023	0,046

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE.

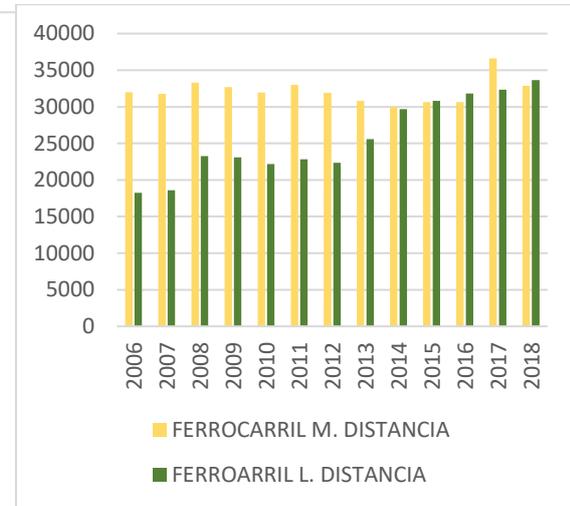
*Tasa de variación media acumulada.

Gráfico 2.3. Total de viajeros que utiliza el servicio de ferrocarril interurbano y cercanías. Años 2006-2018.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE.

Gráfico 2.4. Total de viajeros que utiliza el servicio de ferrocarril media y larga distancia. Años 2006-2018.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE.

2.3. EVOLUCIÓN SERVICIO TRANSPORTE DE TAXI.

En esta subsección, estudiaremos el número de licencias de taxis que hay en España entre los años 2006 y 2018. A continuación, analizaremos estas licencias centrándonos en Barcelona, Madrid y Valencia en los mismos años, comparándolas con la población de estas ciudades.

Los datos correspondientes recogidos en la Tabla 2.3. y representados en el Gráfico 2.5., proporcionan las siguientes características de este medio de transporte tradicional.

La media anual de licencias en España entre los años 2006 y 2018 es de 70.336. Observamos que el número de licencias destinadas al servicio del taxi varía ligeramente en los años analizados, con una TVMA del -0,008%.

Por lo tanto, en general, el número de licencias en España siguen siendo prácticamente el mismo. Sin embargo, la población ha aumentado en 2 millones. Esto ha dado lugar a pasar de 15,7 a 14,9 licencias de taxi por cada 10.000 habitantes de 2006 a 2018.

Se observa un aumento del número de licencias desde 2006 hasta 2012, únicamente interrumpido en 2011 y un descenso prácticamente continuo desde 2012 hasta 2018.

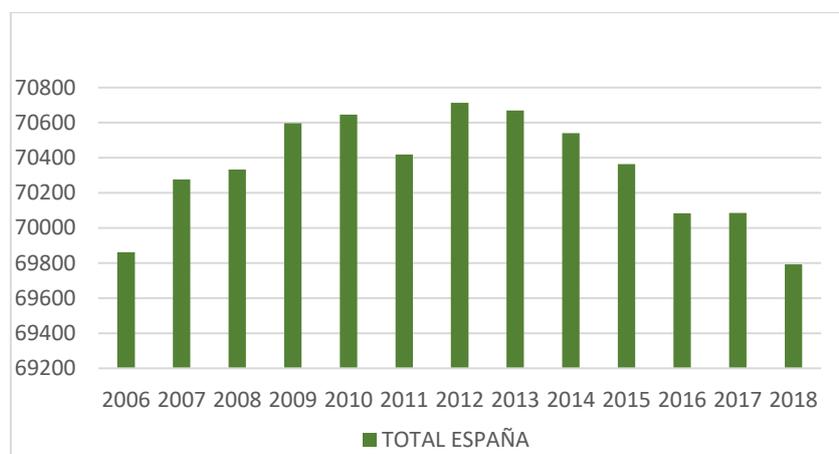
Tabla 2.3. Licencias para el transporte del taxi en España. Años 2006-2018.

	TOTAL ESPAÑA	POBLACIÓN	100 LICENCIAS/ HABITANTES
2006	69.862	44.360.521	0,157
2007	70.276	45.236.004	0,155
2008	70.332	45.983.169	0152
2009	70.597	46.397.550	0,152
2010	70.646	46.562.483	0151
2011	70.418	46.736.257	0,150
2012	70.713	46.766.403	0,151
2013	70.670	46.593.236	0,151
2014	70.541	46.455.123	0,151
2015	70.363	46.410.149	0,151
2016	70.084	46.449.874	0,150
2017	70.085	46.532.869	0,150
2018	69.792	46.733.038	0,149
*TVMA (%)	-0,008	0,00435	-0,0043

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE.

*Tasa de variación media acumulada.

Gráfico 2.5. Licencias para el transporte del taxi en España. Años 2006-2018.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE.

Una vez analizadas las licencias de taxi en España, estudiaremos las licencias del taxi en de Barcelona, Madrid y Valencia, con la respectiva población de cada ciudad y el número de licencias por habitante.

En la Tabla 2.4., representada en los Gráficos 2.6., 2.7. y 2.8., se muestra el total de licencias y la población en Barcelona, Madrid y Valencia en el periodo 2006- 2018.

En general, observamos que el número de licencias se mantiene más o menos constante. En cambio, la población de las ciudades estudiadas sí aumenta. En el caso de Barcelona, la media de licencias de taxis entre los años 2006 y 2018 es de 10.843, con un incremento desde 2006 hasta el 2018 de 34 licencias. Mientras que la población ha aumentado en 280.449 personas. Estos valores implican que el número de licencias por cada 10.000 habitantes ha caído de 22,3 en 2006 a 21,1 en 2018.

Madrid tiene una media de 16.071 licencias de taxis entre 2006 y 2018, con un descenso de 72 licencias entre los años analizados. Sin embargo, la población aumenta en 582.564 habitantes. Estos valores implican que el número de licencias por cada 10.000 habitantes ha disminuido de 26,76 en 2006 a 24,29 en 2018.

Por otro lado, en Valencia hay una media de 3.144 licencias entre 2006 y 2018. En este periodo de tiempo se ha experimentado un aumento de licencias, alcanzando el máximo en 2014, con 3.234. En cambio, tanto en 2006 como en 2018 el número de licencias es el mismo contando con un total de 3.093 a pesar de que la población ha aumentado en 89.864 habitantes. Por consiguiente, en el número de licencias por cada 10.000 habitantes existe una mínima variación siendo 12,67 en 2006 y 12,22 en 2018.

Madrid es la ciudad que más licencias de taxi tiene en el país. En segundo lugar se encuentra Barcelona y, por último, Valencia. Este orden se mantiene si tenemos en cuenta el número de licencias por cada 10.000 habitantes.

Si suponemos que las necesidades de movilidad son similares en Madrid y Barcelona, en Madrid habría más disponibilidad de taxis para cubrir las mismas necesidades que en Barcelona y ello supondrá mayores beneficios para los taxistas barceloneses. El menor número de taxis por cada 10.000 habitantes en Valencia, aproximadamente la mitad que en las otras dos ciudades.

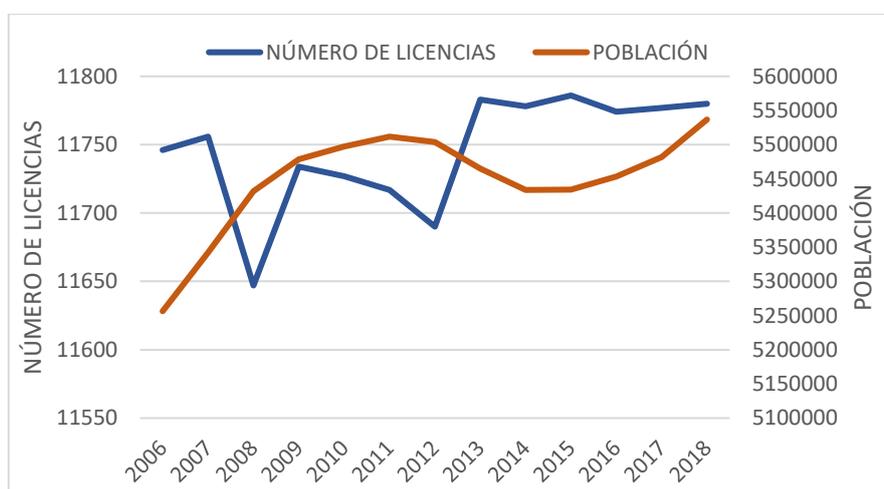
Tabla 2.4. Total licencias de taxis y porcentaje de población en Barcelona, Madrid y Valencia en el periodo 2006-2018.

	BARCELONA	MADRID	VALENCIA	POBLACION BARCELONA	POBLACION MADRID	POBLACION VALENCIA	LICENCIAS/100 HABITANTES BARCELONA	LICENCIAS/100 HABITANTES MADRID	LICENCIAS/100 HABITANTES VALENCIA
2006	11.746	16.071	3.093	5.256.368	6.003.925	2.440.925	0,22312	0,26767	0,12671
2007	11.756	16.078	3.108	5.342.369	6.152.759	2.496.258	0,22034	0,26131	0,12450
2008	11.647	16.079	3.121	5.431.864	6.283.747	2.538.914	0,21442	0,18535	0,12292
2009	11.734	16.086	3.116	5.478.819	6.354.091	2.551.310	0,21417	0,25316	0,12213
2010	11.727	16.090	3.128	5.497.519	6.384.358	2.553.676	0,21331	0,25202	0,12249
2011	11.717	16.079	3.142	5.511.857	6.409.093	2.560.010	0,21257	0,25087	0,12273
2012	11.690	16.087	3.105	5.504.057	6.426.229	2.555.904	0,21232	0,25033	0,12148
2013	11.783	16.031	3.210	5.465.193	6.392.713	2.535.151	0,21563	0,25077	0,12662
2014	11.778	16.076	3.234	5.433.744	6.376.749	2.523.408	0,21674	0,25210	0,12816
2015	11.786	16.077	3.188	5.434.340	6.401.162	2.519.077	0,21688	0,25115	0,12655
2016	11.774	16.073	3.193	5.453.595	6.445.484	2.517.927	0,21589	0,24935	0,12681
2017	11.777	16.097	3.152	5.481.935	6.504.797	2.522.482	0,21483	0,24746	0,12495
2018	11.780	15.999	3.093	5.536.817	6.586.489	2.530.789	0,21123	0,24290	0,12221
*TVMA %	0,024	-0,00037	0	0.4341	0.774	0.3017	-0,4553	-0,8059	-0,3008

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE.

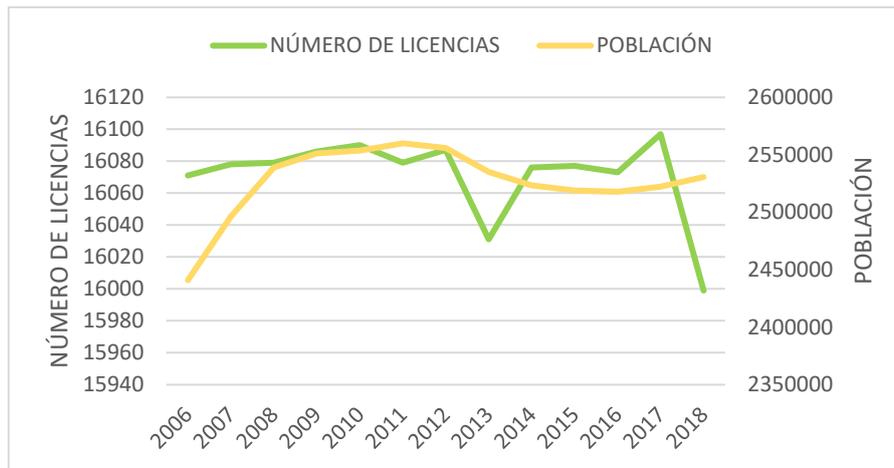
*Tasa de variación media acumulada.

Gráfico 2.6. Número de licencias de taxi y población en Barcelona. Años 2006-2018.



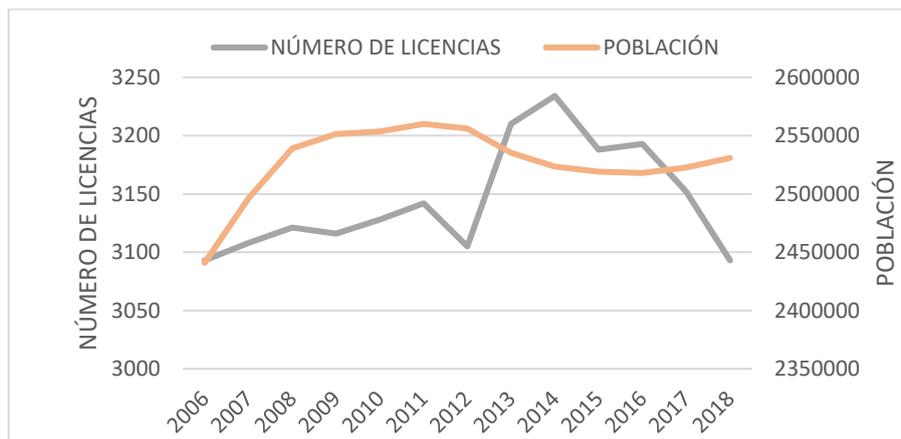
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE.

Gráfico 2.7. Número de licencias de taxi y población en Madrid. Años 2006-2018.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE.

Gráfico 2.8. Número de licencias de taxi y población en Valencia. Años 2006-2018.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE

Un aspecto a destacar es que este mismo año se ha aprobado por la Comunidad de Madrid un nuevo reglamento para el sector del taxi. Este reglamento permite que el pasajero tenga la oportunidad de conocer el precio cerrado antes de participar en el servicio. Además, permite contratar un vehículo en el que se puedan compartir las plazas y realizar el pago de forma individualizada. Aunque, todavía queda para que se ponga en funcionamiento.

El precio de la licencia del taxi no es fijo, depende de diversos factores como los días de libranza o la localidad donde el conductor se encuentra censado. Esta llegó a alcanzar los 250.000 euros en Madrid en 2005, en comparación de los 5.000 euros que costaba una licencia de un VTC.

Los taxistas de Madrid y Barcelona son los que mayores beneficios obtienen del país en este sector, así lo indica Laura Martínez (2018). Sus ingresos pueden rondar los 60.000 euros anuales. A esto hay que restarle los gastos del pago de licencia, que pueden llegar a los 140.000 euros, la gasolina, los impuestos, el seguro y cuidado del automóvil. En cambio, un conductor de VTC puede ganar unos 16.000 euros anuales. Al mismo tiempo que el precio de las licencias de los taxis ha disminuido, el de las licencias VTC se han revalorizado alcanzando los 50.000 euros.

Según Analía Plaza (2019), los taxistas afirman que aún no se han recuperado de la crisis económica y con la llegada masiva de los VTC menos. Para entender mejor esto, vamos a verlo en datos. Un taxista realizaba una media de 51 carreras un día laborable y 38 en un festivo, en 2007. Diez años más tarde, en 2017, los recorridos que hacia el taxista se habían reducido prácticamente a la mitad, siendo 24 carreras los días laborables y 21 en festivo. Por lo tanto, esto indica unos 70 € menos al día por 20 días trabajados al mes, supone un total de 1400€ menos al mes.

Lo correcto sería contar con un régimen de intervención único y un marco regulatorio de la actividad que fijara desigualdades justificadas por una razón imperiosa de interés general y fundamentadas en el principio de necesidad, proporcionalidad y mínima distorsión. De hecho, Cabify y algunos taxistas de Madrid y Valencia desde el 11 de Julio han empezado a operar conjuntamente.

3. BLABLACAR.

En esta sección, estudiaremos en profundidad la empresa BlaBlaCar respondiendo a diferentes cuestiones: ¿Cómo surge?, ¿Cómo funciona? y ¿Cómo se implanta y qué dimensión tiene en España?. Incluiremos, sus ventajas e inconvenientes desde el punto de vista de los usuarios y concluiremos proporcionando las estrategias que tiene la empresa en un futuro próximo.

Para ello, nos basaremos en el Blog de BlaBlaCar y en la información que nos ofrecen autores como Sara Rodríguez (2016) y Daniel Caballero (2017).

3.1. HISTORIA DE BLABLACAR.

BlaBlaCar es líder en Europa como plataforma para compartir coche. Su misión principal es actuar como una red social que conecta a conductores que en su vehículo cuentan con plazas vacías, con pasajeros que buscan viajes.

Todo empezó en la Navidad del año 2003. Su fundador, Frédéric Mazzella, licenciado en física e informática, sintió la necesidad de volver a su casa y se encontró que no quedaban billetes de tren libres. Por suerte, consiguió que su hermana lo recogiera de camino en coche. Entonces, Mazzella observó cómo la gran mayoría de vehículos que iban en la carretera estaban vacíos. De esta manera, nació la idea de crear una red social que pudiera poner en contacto a vehículos con plazas libres con pasajeros que quieren realizar ese mismo trayecto.

BlaBlaCar es una empresa fundada en 2006 en Francia. El empresario Nicolas Brusson, que realizó un M.B.A sobre finanzas para complementar sus estudios de óptica, fue el cofundador de la compañía en 2006, llegando a ser el orgullo de la economía colaborativa “*made in France*”. Junto con él, Frédéric Mazzella y Francis Nappez, actualmente, director de tecnología de BlaBlaCar, decidieron lanzar el proyecto que, más tarde y sin saberlo, iba a cambiarles la vida para siempre.

En 2009 intentaron conseguir los primeros inversores, pero se encontraron con dos barreras. La primera sería la coincidencia con la caída del sector bancario, lo que supuso la dificultad de encontrar inversores y menos en algo que se ve como el tradicional “autostop” en línea para perroflautas. La otra barrera a la que tuvieron que enfrentarse era más bien psicológica ya que desde pequeños nos han advertido que no nos subamos a un coche con desconocidos.

Una década entera estuvieron sin hacer caso a la rentabilidad que la compañía estaba obteniendo, basando su estrategia en la expansión internacional. Este empeño dio lugar a una crisis que Brusson tendría que solventar. Se estrenó en el cargo de Chief Executive Officer (CEO) de BlaBlaCar variando su oferta adueñándose de su competidor, la compañía de autobuses francesa Ouibus. Además, introdujo nuevas tecnologías creando un algoritmo para conectar a conductores y usuarios posibilitando la recogida de estos en itinerarios cercanos del trayecto.

3.2. ¿CÓMO FUNCIONA BLABLACAR?

BlaBlaCar es una empresa online que se basa en la posibilidad de conectar a usuarios, a través de una aplicación, con conductores no profesionales aprovechando un trayecto que van a realizar con pasajeros que se dirigen al mismo lugar, compartiendo los gastos que supone el recorrido. El conductor no se lucra por el servicio que ofrece, simplemente comparte los gastos económicos que conlleva realizar ese recorrido.

Los usuarios encuentran en BlaBlaCar una manera más económica de realizar sus trayectos, ya que les supone una alternativa eficiente de movilidad social porque se optimiza el uso del vehículo privado maximizando su ocupación.

El coste del trayecto supone una aportación única por viaje y por usuario, que engloba a los gastos correspondientes al trayecto realizado más una comisión del 10% (la comisión mínima es 1€ por trayecto) que se lleva BlaBlaCar en concepto de gastos de gestión, la cual solo pagan los pasajeros, siendo totalmente gratuito para los conductores. La comisión para BlaBlaCar se cobra desde el año 2014. Anteriormente, la compañía no cobraba nada.

Por su parte, la compañía pone límites a la aportación que solicitan los conductores a los pasajeros para controlar el precio del trayecto, de manera que el beneficio que recibe a cambio no supere los gastos que supone el viaje. De este modo, cuando el conductor publica su anuncio, la empresa muestra una cantidad de costes compartidos, tomando en consideración la naturaleza del trayecto y la distancia recorrida. Las retribuciones obtenidas por el trayecto no pueden suponer más de 0.19€ por kilómetro (precio que Hacienda considera para remunerar el Km de los trayectos que los trabajadores de una empresa realizan para la misma sin que suponga beneficio para el trabajador). Por ejemplo, en un trayecto de 50km como Cartagena – Murcia, el coste del viaje para el conductor supondría 9.5€. Generalmente, se ofertan 3 plazas en los coches de 5 plazas y el precio del trayecto se fija independientemente de si el coche se llena o no. Además, el precio se oferta incluyendo que el conductor paga el mismo importe que los pasajeros. Entonces, el conductor y los tres pasajeros deberían pagar 2,3€ cada uno. En cambio, los pasajeros pagan 1€ más cada uno a BlaBlaCar en concepto de gastos de gestión, por lo que el precio total para ellos será 3,3€.

Sin duda alguna, es la plataforma referente de economía colaborativa respecto a la movilidad de viajeros en automóvil.

En cuanto al funcionamiento de la plataforma, solamente hace falta registrarse en su página web www.blablacar.es o en su App aportando tus datos personales para formar parte de esta práctica.

Una vez que te hayas registrado correctamente y completado todos los datos, puedes empezar a buscar o publicar tu viaje. El conductor publica el trayecto, incluyendo la hora, el lugar de salida, el destino y el precio. Por su parte, el pasajero puede introducir en el buscador el lugar de salida y hacia dónde desea ir. Entonces, es ahí donde aparecen los conductores que van a realizar ese trayecto. El usuario escoge el que más se adapta a sus necesidades y se pone en contacto con él.

En 2018, la compañía anunció que iba a llevar a cabo una remodelación de la aplicación para que la base de sus clientes se vea incrementada y así lo hizo. La actualización de la App permite a sus usuarios que indiquen tanto el punto exacto de salida, como el punto de llegada concreto, en vez del modelo antiguo que era el conductor quien pactaba el inicio y el final del recorrido. Por otra parte, en la nueva App se añadió un algoritmo que facilita a los conductores la oportunidad de recoger a pasajeros durante el trayecto que conecta a las dos ciudades de la ruta que va a llevar a cabo.

Al finalizar el viaje se puede realizar una evaluación sobre el conductor y el pasajero, sirviendo para otros usuarios.

Por otro lado, desde el 2016 ya no se puede realizar el pago en mano. Hay que reservar la plaza y pagarla por adelantado. De este modo, la empresa comenta que las cancelaciones se han reducido al 90% ya que se paga por adelantado.

3.3. IMPLANTACIÓN DE BLABLACAR EN ESPAÑA.

Tomando la información del blog de BlaBlaCar recabamos los siguientes datos.

La empresa se encuentra instalada desde el año 2010 en España. De hecho, fue el primer país en el que pensó la compañía cuando quiso ampliar su mercado.

Las rutas más habituales son Madrid-Valencia, Barcelona-Madrid y Madrid-Murcia. Siendo, por sexto año consecutivo en 2018, el trayecto más realizado es el de Madrid-Valencia, seguido de Barcelona- Madrid. Como es normal, al ser Madrid el centro geográfico de la península, es lugar de origen y destino de gran parte de las rutas más frecuentes. Por otra parte, es algo habitual encontrar trayectos que conecta España con algunas ciudades de Francia, destacando Toulouse o Montpellier, pero también ciudades internacionales de otros países como, por ejemplo, Portugal.

Las dos terceras partes de los trayectos que se realizan no tienen enlace directo en transportes tradicionales como el autobús o el tren. En la aplicación es muy frecuente encontrar viajes que tienen su origen o destino en lugares distintos a las capitales de provincia ya que muchos trayectos que se publican unen puntos a los que únicamente se puede ir de manera directa en coche.

En el último año ha aumentado el género femenino entre los usuarios a pesar de que siempre han estado igualados. Actualmente, se recogen cifras de hasta el 46% de mujeres utilizando la plataforma, alcanzando casi las 1.400.000.

Este hecho se produce gracias a que cada vez más personas prefieren compartir los gastos de un determinado trayecto. Sin embargo, Jaime Rodríguez de Santiago-Concha, Country Manager de BlaBlaCar España y Portugal, considera que el crecimiento principal de la empresa es debido a que las personas están cambiando la forma de pensar respecto a un consumo colaborativo y a una necesidad de aprovechar los recursos infrautilizados para participar en una movilidad más sostenible, a la vez que les supone un ahorro porque se comparten los gastos del viaje.

Sin embargo, BlaBlaCar se ha tenido que enfrentar a diferentes problemas y barreras en nuestro país. Destacamos que la compañía fue demandada en mayo de 2015 por Confederación Española de Transporte en Autobús, Confibus, acusaba de utilizar una competencia desleal que se propuso el cierre cautelar de la compañía.

En enero de 2016 el juez Sánchez Magro, desestimó las medidas cautelares que se proponían en contra de la compañía y ese mismo juez declaró a favor de BlaBlaCar respecto a la demanda por competencia desleal. Esta resolución establece que la ley de ordenación de transporte terrestre no está sujeta en la actividad que lleva a cabo la compañía. Solamente, se trata de una red social que pone en contacto a particulares para compartir un trayecto y los gastos de este.

3.4. DIMENSIÓN DE BLABLACAR EN ESPAÑA.

Actualmente, a nivel mundial, es la compañía más grande del mundo dedicada al uso compartido de automóvil en recorridos de larga distancia. La compañía se encuentra en 22 países y cuenta con más de 75 millones de usuarios. Realiza alrededor de 10 millones de viajes por trimestre recorriendo un trayecto medio de 330km por cada viajero.

En lo que respecta a nuestro país, en 2016 la compañía contaba con 3 millones de usuarios y, en la actualidad, cuenta con 5 millones. Por otro lado, realiza más de 30 billones de kilómetros compartidos. Además, los usuarios publican más de 2.8 millones de opiniones cada año.

Cada vez se unen más usuarios de diferentes edades. En 2010 cuando la compañía se instaló en nuestro país, la media de edad era de 24 años. En cambio, en la actualidad los usuarios que tienen entre 18 y 25 años suponen el 33%. El mayor porcentaje lo ocupan los usuarios entre los 25 y 35 años y un 30% de ellos tiene más de 35.

A continuación, vamos a comentar los datos de las cuentas de BlaBlaCar en España en los años 2014 a 2017 según la información que nos ofrece el Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI).

La compañía tributa en nuestro país con el nombre Comuto Iberia SL., como razón social, tal y como indica SABI. Es una sociedad limitada unipersonal, que cuenta con un capital social de 10.000€. Se constituye en España el 25 de septiembre de 2014 y su director ejecutivo y presidente es Don Frederic Gabriel Mazzella.

Para conocer su actividad económica, vamos a analizar los datos de la Tabla 4.1. tomando como referencia los ingresos de explotación, el impuesto sobre sociedades, el resultado del ejercicio y el número de empleados. Además, comentaremos el ratio de solvencia, la rentabilidad económica y el nivel de endeudamiento de la compañía en España.

Como se puede observar en el Gráfico 3.1. los ingresos de explotación han aumentado un 766.84% siendo 123.977€ en 2014 y 1.074.692€ en 2017. Este crecimiento se debe al aumento del número de usuarios y, por consiguiente, de trayectos que se han realizado a través de la plataforma en los últimos años.

En lo que respecta a la tributación de la empresa en el Impuesto sobre Sociedades en nuestro país, en el Gráfico 3.2. se observa que se ha producido un aumento. Sin embargo, se produce un descenso poco significativo en 2017 con respecto al 2016, siendo la diferencia de 721€. En total, del año 2014 a 2017 se ha producido un aumento del 979,59%. Este aumento que ha experimentado la empresa en el pago del impuesto sobre sociedades se debe al aumento de los beneficios de la compañía.

El resultado del ejercicio también aumenta considerablemente. Porcentualmente la ganancia neta de BlaBlaCar en nuestro país se ha incrementado un 739,4% del 2014 al 2017.

Por otra parte, el número de empleados ha pasado de 2, en 2014 a 9, en 2017, produciéndose un aumento del 350%. Esto es debido a un crecimiento interno de la compañía.

Tabla 3.1. DATOS BLABLACAR. AÑOS 2014-2016.

	31/12/2014	31/12/2015	31/12/2016	31/12/2017
Ingresos de Explotación	123.977€	899.667€	1.220.151€	1.074.692€
Impuesto sobre sociedades	1.622€	9.886€	18.232€	17.511€
Resultado del Ejercicio	6.488€	28.313€	60.700€	54.463€
N.º de Empleados	2	9	11	9
Ratio de solvencia	1,45	0,93	0,9	0,98
Rentabilidad económica (%)	15,27	13,97	12,79	10,04
Endeudamiento (%)	68,96	83,62	82,9	77,68

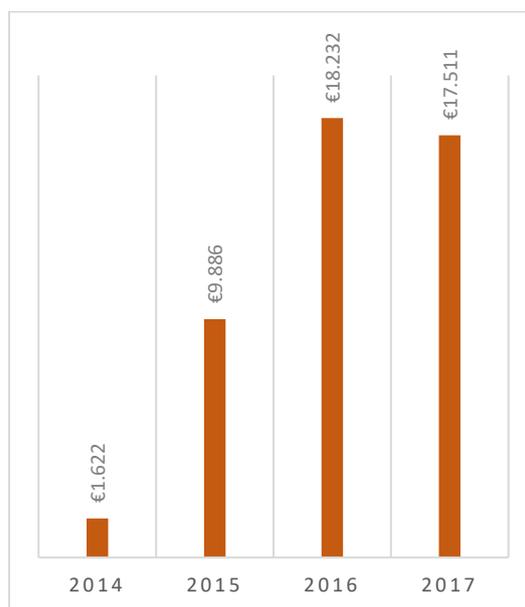
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de SABI.

Gráfico 3.1. Ingresos de explotación

Gráfico 3.2. Impuesto sobre sociedades

(Euros). Años 2014-2017.

(Euros). Años 2014-2017.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de SABI.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de SABI.

El ratio de solvencia, RS, mide la capacidad de pago a largo plazo que tiene una empresa. Se calcula dividiendo el activo de una empresa entre su pasivo. La escala de valores se sitúa en $RS < 1$, la empresa está en quiebra; $RS < 1,5$, la situación a largo plazo

es delicada; $RS=1,5$, la situación es equilibrada y $RS>1,5$ los activos son improductivos. Este ha ido disminuyendo. En 2014 era de 1,45, en cambio en 2017 se registra una cifra de 0,98. Por lo tanto, la capacidad de pago a largo plazo de la empresa es delicada.

La rentabilidad económica mide la capacidad que los activos de una empresa tienen para producir beneficios, sin importar cómo han sido financiados. Su cálculo se obtiene dividiendo el Beneficio antes de Intereses e Impuestos entre el Activo Total. Se debe situar entre un 6% y un 12%. La rentabilidad económica también disminuye pasando de 15,27% en 2014 a 10,09% en 2017. La capacidad que tienen los activos de la empresa para producir beneficio es mala ya que la empresa necesita más activo para lograr un beneficio alto.

Por último, el endeudamiento mide la proporción de deuda que soporta una empresa frente a sus propios recursos. Se calcula dividiendo las deudas entre el total del pasivo de la empresa. Se debe situar entre el 40% y el 60%. Si se sitúa por debajo del 40% la empresa estará incurriendo en un exceso de capitales ociosos. En cambio, si es superior al 60% significa que la empresa está soportando un excesivo volumen de deuda. El endeudamiento de la empresa aumenta llegando al 77,68% en 2017 lo que indica que BlaBlaCar tiene un elevado volumen de deuda y si no arregla la situación, dará lugar a una posible descapitalización y una pérdida de autonomía frente a terceros.

En general, se observa un incremento considerable de 2014 a 2016 en ingresos, impuestos, resultados del ejercicio y empleados, pero una leve disminución de todos ellos de 2016 a 2017. Además, de 2016 a 2017, el ratio de solvencia aumenta en 0.008 p.p. (del 0,9% al 0,98%). La rentabilidad económica disminuye 2,75 p.p. (del 12,79% al 10,04%). El nivel de endeudamiento desciende 5,21 p.p.

Estas cifras, nos hacen pensar que la empresa está tomando medidas y realizando una mejor gestión de sus deudas. Sin embargo, se necesitarían más años para comprobar si la compañía está llevando a cabo medidas para solventar sus problemas económicos en España.

Los datos proporcionados al principio de esta subsección parecen inconsistentes. El hecho de que BlaBlaCar no pare de crecer nos hace pensar que, evidentemente, la compañía no tributa por su actividad real en nuestro país. De hecho, la empresa tributa en nuestro país por sus actividades de promoción y marketing.

En el caso de BlaBlaCar, la compañía tributa por su actividad principal en la matriz francesa. No tiene la obligación de enseñar sus cifras reales, ya que la legislación se lo permite al tener la cuenta consolidada en Francia.

Hay que destacar que a pesar de que, en España no tributa por su actividad real, el tipo impositivo en Francia es del 38%, siendo más elevado que en España. La compañía consolida sus cuentas en Francia no porque suponga un paraíso fiscal sino porque es su lugar de origen, donde se encuentra el 80% de sus trabajadores y todo lo esencial para llevar a cabo el servicio.

Según la Tabla 4.1. el beneficio neto de la compañía en 2017 asciende a 54.463€ en España. Del resto del dinero no se sabe nada, por lo que tendríamos que observar sus cuentas en Francia para conocer su actividad real.

3.5. VENTAJAS E INCONVENIENTES DE BLABLACAR.

A continuación, expondremos las principales ventajas e inconvenientes de BlaBlaCar basándonos en un blog sobre psicología del consumidor del 2019.

En lo que respecta a las ventajas de la compañía destacamos las siguientes. En primer lugar, se reduce el consumo de gasolina, lo que conlleva una mayor eficiencia en el consumo energético. Además, al compartir coche, se producen menos emisiones de CO₂ y otros humos tóxicos. Se lleva a cabo una redistribución de gastos, ya que la compañía permite compartir los mismos por trayecto. Por otra parte, no existe competencia desleal con los servicios tradicionales puesto que no se remunera ni al conductor ni al usuario, tal y como contempla la normativa europea. Asimismo, la compañía garantiza la protección de los individuos que se encuentran en el vehículo. Por este motivo, cuentan con un seguro propio en el caso de que existan inconvenientes a lo largo del trayecto. Otra de las ventajas que destacamos es la posibilidad de conocer las experiencias de usuarios en la red social, existiendo así un alto grado de transparencia. Los consumidores encuentran un modo de interactuar con otras personas, logrando que el viaje se haga más ameno. Por último, conecta ciudades a las que únicamente se puede acceder directamente en automóvil.

Sin embargo, la compañía cuenta con una serie de inconvenientes. Comencemos destacando que puede resultar incómodo compartir vehículo con otras personas porque los perfiles de los pasajeros y el conductor pueden no ser afines. Por ello, BlaBlaCar no se hace responsable de los perfiles de los usuarios, no asegura su veracidad. A pesar de que existe una amplia disponibilidad de horarios, en ocasiones no encontramos la oferta deseada. Algunos usuarios prefieren pagar en efectivo, ya que no disponen de tarjeta de crédito o débito. Por otro lado, la confirmación del servicio se realiza el mismo día y, a veces, por causa desconocida, se anula el servicio. Cada vez más usuarios

encuentran en la aplicación una forma de lucrarse y recibir una retribución económica. Cuando surgió este servicio, los clientes no tenían que pagar adicionalmente por trayecto, pero ahora deben ingresar un 10%, tal y como se menciona anteriormente, del total del trayecto a la empresa, lo cual ha creado algunas molestias en los consumidores. Otra desventaja para la compañía es una posible pérdida de usuarios en recorridos habituales. Es decir, una vez que compartes un trayecto habitual con un conductor o pasajero que has conocido previamente en la red social, acuerdas fuera de esta seguir compartiendo el trayecto.

3.6. ESTRATEGIAS FUTURAS.

El principal reto de BlaBlaCar es ampliar el número de usuarios. A este respecto esta desarrollando dos estrategias. La primera, fomentar un cambio de mentalidad de las personas a la hora de compartir su vehículo y trayectos con personas desconocidas. Para ello, BlaBlaCar pretende crear una mayor conciencia de la contaminación que tiene para el medio ambiente la utilización de un solo coche para una persona, ofrecer la posibilidad de sociabilizar y conocer personas ya que actúa como una red social, dar a conocer el ahorro económico que te supone compartir el viaje u ofrecerte la oportunidad de satisfacción personal por compartir algo que es de tu propiedad ayudando a otras personas. La segunda es gracias a su última actualización basada en la posibilidad de recoger pasajeros en lugares que no son las provincias principales de las diferentes Comunidades Autónomas, dando la posibilidad de unir trayectos que solo se pueden llevar a cabo de manera directa en automóvil.

“Nuestra visión es que puedas hacer cualquier viaje de media y larga distancia casi de puerta a puerta, de manera lo más directa posible”. Jaime Rodríguez de Santiago (2018)

BlaBlaCar considera que es necesario cambiar la visión que se tiene sobre la posibilidad de emprender en nuestro país, ya que piensa que el tejido empresarial de España se basa mayoritariamente en el concepto PYME y aún más en la microempresa.

Un proyecto novedoso es el lanzamiento de “BlaBlaCar Lines”. Consiste en un servicio de corta distancia permitiendo compartir coche en trayectos pequeños se realicen en las grandes capitales y poblaciones cercanas. Aunque es un servicio que se encuentra en fase de pruebas en Francia, Rodríguez de Santiago pretende que esté instalado en España en los próximos trimestres. Por lo tanto, para conseguir esto en nuestro país, la compañía espera que la Administración se preste a colaborar ya que Rodríguez

considera que este servicio podría poner fin al problema de la congestión de tráfico de las grandes ciudades.

4. UBER.

En esta sección, al igual que hemos realizado en la sección 3, analizaremos en profundidad la empresa Uber, respondiendo a las siguientes preguntas: ¿Cómo surge?, ¿Cómo funciona? y ¿Cómo se implanta y qué dimensión tiene en España? Además, sintetizaremos sus ventajas e inconvenientes desde el punto de vista de todos los participantes en el servicio que proporciona y concluiremos proporcionando sus estrategias en un futuro próximo.

Para ello, nos basaremos en la información que nos aportan Daniel Rodríguez (2014), Román Romero (2015), Jesús Martín (2016), Sara Rodríguez (2016), Daniel Caballero (2017) y Antonio Castillo (2019).

4.1. HISTORIA DE UBER.

Uber es una empresa que pone en contacto, a través de una aplicación, a conductores de vehículos con usuarios que desean desplazarse. La principal cualidad de Uber es que ofrece vehículos con conductor a un precio asequible.

La empresa Uber surgió cuando dos emprendedores, Garret Camp, inversor, y Travis Kalanick, informático, se encontraron en unas jornadas tecnológicas en París en 2008. Ambos ya habían logrado instalar sus startups en empresas importantes. Concretamente, Garrett Camp había vendido StumbleUpon a la compañía eBay y Travis Kalanick había vendido Red Swoosh y Akamai. Además, ambos emprendedores querían invertir en un nuevo proyecto.

Entonces, Camp quería mejorar el servicio de taxis en San Francisco por lo que pensó que podía hacer algo al respecto. Inicialmente, pensaban que lo correcto sería coger un vehículo a través de una aplicación cuando lo necesitaran para compartir los gastos del coche y la plaza de garaje.

Camp en 2008 se puso a trabajar en ello y creó un prototipo de aplicación llamada UberCab. La explicación del nombre era fácil. El superhombre de Nietzsche es *übermensch* y en inglés se había puesto de moda utilizar la palabra *uber* para decir que algo es mejor. A mediados de año, Camp se puso en contacto con Kalanick para

convencerlo de que se uniera al proyecto, puesto que él había vuelto a comprar StumbleUpon a eBay y no contaba con demasiado tiempo.

En 2010, con tan solo tres coches en Nueva York, se llevaron a cabo las primeras pruebas. Por aquel entonces, Kalanick decidió fichar al empresario Ryan Gaves. Tras pensar en las tarifas, en los coches y en la operativa de negocio, el último día de mayo de 2010, decidieron poner en marcha el nuevo proyecto y gracias al boca a boca empezaron a obtener fama a la misma vez que problemas en San Francisco.

4.2. ¿CÓMO FUNCIONA UBER?

El funcionamiento de la aplicación de Uber es sencillo. A través de la geolocalización de tu teléfono puedes realizar la reserva de un trayecto. La compañía se diferencia del resto en que contacta conductores y usuarios de manera que el pasajero pueda elegir el trayecto, vehículo, el lugar de recogida y realizar el pago desde su Smartphone.

La compañía para conseguir el objetivo de que sus clientes sientan que pertenecen a una comunidad ofrece en todos los coches un servicio de alta gama. Por lo tanto, Uber sigue los mismos pasos en cada recorrido ya sea de corta, media o larga distancia. Por ejemplo, en todos los trayectos siempre hay a disposición del cliente agua o también los conductores pueden ofrecer bebidas energéticas, refrescos, algo de comida, etc.

Los pagos se realizan online cuando el pasajero llega al destino. Para ello, previamente el usuario ha tenido que introducir su tarjeta de crédito o débito en la aplicación.

En este caso, es el usuario quien determina el lugar de recogida, hacia dónde desea ir, y un conductor de Uber se oferta para aceptar el recorrido.

Para poner en funcionamiento el servicio, el usuario se tiene que descargar la aplicación. Después, debe registrarse creando una cuenta. En dicho registro el usuario tiene que poner su nombre, sus apellidos, el correo electrónico y su número de teléfono móvil. Una vez completado el registro anterior, la aplicación pide los datos de la tarjeta de débito o crédito para un correcto pago por los servicios prestados a través de la aplicación. No existe otro modo de registrarse. Tras realizar correctamente el registro, el usuario ya puede elegir la localización desde la que quiere ser recogido por el conductor y el modelo de vehículo.

Una vez aclarado el funcionamiento de la aplicación para los usuarios, vamos a explicar cómo es este para los trabajadores de la compañía.

Aunque para los pasajeros de la plataforma resulta muy sencillo, el uso de la plataforma para los conductores es algo más complicado.

Los conductores de Uber, en teoría, pueden organizarse como quieran, ya que los horarios lo marcan ellos y solo hace falta que estén subidos al coche y se conecten a la aplicación. Sin embargo, la realidad es que no todo es autonomía y tampoco dinero seguro a final de mes.

El conductor tiene que estar pendiente de que el automóvil este siempre en perfectas condiciones tanto interior como exteriormente. En este sentido, la compañía es muy estricta ya que es su carta de presentación de cara a que los usuarios quieran seguir utilizando la aplicación y se la recomienden a sus conocidos. Por lo tanto, su imagen es su marca. Así que, no eres un autónomo, eres su autónomo.

Siempre que a un conductor le llegue un aviso de algún pasajero tiene que aceptarlo, ya que si no lo hacen le penalizan en su valoración y si se repite varias veces le dan un toque de atención. Una vez aceptado el servicio, el conductor tiene la obligación de rellenar una hoja de ruta.

Por otro lado, cuanto más trabaje un conductor y más se ofrezca a realizar el servicio, será mucho mejor para él. La empresa le valorará más. Además, no se puede saber exactamente el porcentaje que se lleva el conductor tras el pago por parte del usuario. Lo que hemos descubierto es que la empresa le pide una facturación mínima (que también desconocemos) y a partir de ahí, el conductor se podrá llevar el 30% de cada euro que facture de más.

En UberX, instalado en España desde el 2016, está todo legalizado, ya que los conductores son profesionales autónomos con licencias VTC, que cuentan con todos los permisos necesarios para circular y pagan a la Seguridad Social. En cambio, otras compañías o incluso la mayoría de los taxistas quieren hacer creer lo contrario.

4.3. IMPLANTACIÓN DE UBER EN ESPAÑA.

Uber, en España, empezó a operar en Barcelona como UberPop en el año 2014. Antes de su llegada, las protestas de los taxistas por esta práctica ya estaban servidas. El funcionamiento de Uber era diferente a lo que después se llevaba a la práctica. Inicialmente, se pretendía unir trayectos de automóvil con personas cuyo destino estuviera en esa travesía, compartiendo los gastos el conductor y el pasajero, al final quedó claro que los automóviles de Uber actuaban como taxis piratas. Por lo tanto,

disminuir los precios sin pagar licencias ni impuestos era sencillo, lo que daba lugar a una competencia desleal. Sin embargo, el final de Uber en España llegó cuando la compañía se implantó en la Capital. Los conductores profesionales lucharon y obtuvieron lo que deseaban. Unas semanas después de que el Juzgado de lo Mercantil determinara su cierre, el primer día del año 2015, Uber se encontraba ya inoperativo en nuestro país.

En cambio, en el año 2016 Uber reapareció de nuevo en España. Al reconocer sus errores por competencia desleal con los taxistas, decidió cambiar el modelo productivo comenzando a trabajar solo con conductores profesionales bajo licencias VTC. Desde entonces, Uber actúa como UberX en vez de UberPop.

Uber destaca que ha llegado a un acuerdo con la Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos (UPTA) para que los conductores se vean impulsados en una fiscalización de la actividad. Pero, la compañía advierte que los conductores son trabajadores autónomos y los únicos responsables de su tributación, ya que ellos saben cuáles son sus costes, sus ingresos y las exenciones a las que están sometidos. Intenta dejar claro que los conductores no son empleados de la plataforma sino autónomos que poseen la libertad de realizar cualquier otro empleo.

Sin embargo, Uber este mismo año anunciaba su marcha de Barcelona. Esta marcha se produjo el 1 de febrero de 2019 a consecuencia de la entrada en vigor del decreto de la Generalitat que obliga a la compañía a una precontratación mínima de 15 minutos por servicio prestado, entre otras medidas. Dichas restricciones a los VTC se deben a las protestas que han llevado a cabo los taxistas. Además, el responsable en España de la compañía, Juan Galiardo (2019), recalca que es único en Europa el decreto aprobado por la Generalitat para las licencias VTC.

Al igual que ocurrió en Barcelona, el 31 de mayo de 2019, Uber abandonó Valencia por las restricciones que la Generalitat Valenciana impuso a las licencias de VTC en la ciudad a partir del 1 de julio de 2019. La compañía toma la decisión de marcharse, pero con la idea de estudiar la forma de volver a la ciudad.

Por otro lado, Galiardo indica que esto afecta considerablemente a Uber ya que el servicio que ofrece debe ser inmediato. Por lo tanto, el decreto hace que no sea posible que realice la actividad imponiendo 15 minutos de espera.

Actualmente, la compañía californiana bajo UberX está implantada en Madrid (2016), Sevilla (2018), Granada (2019) y Málaga (2018), incluyendo la Costa del Sol (2018)

(Torremolinos, Benalmádena, Fuengirola, Mijas y Marbella) con previsión de implantarse en otras grandes ciudades españolas.

4.4. DIMENSIÓN UBER EN ESPAÑA.

En líneas generales, Uber a nivel mundial realiza más de 2.000 millones de trayectos y se han animado a hacer frente a un reto mayor: llevar a más personas utilizando menos coches para evitar un consumo innecesario y la congestión del tráfico. Esto es debido a la innovación tecnológica de Uber que ha conseguido aumentar el uso y el número de personas dentro de un coche satisfaciendo sus necesidades incluso bajando el precio.

Realizan más de 5 millones de viajes y la empresa se encuentra en más de 600 ciudades por todo el mundo. Con respecto a la App, más de 40 millones de usuarios la utilizan de forma activa cada mes y, hoy en día, conducen a través de la plataforma 1,5 millones de personas.

Javier Pastor (2017) asegura que Uber ha conseguido reducir las muertes por conducir ebrio hasta un 35% en Nueva York, ya que se considera una alternativa para no conducir si has bebido alcohol. Aunque en España no se encuentre ningún dato que recoja este hecho, podría estar sucediendo también.

En lo que respecta a España, según una encuesta llevada a cabo por la empresa relacionada con movilidad en Madrid, Uber se encuentra agregado al servicio público en la capital. Alrededor de un 45,2% reconoce usar Uber para moverse por la ciudad apoyándose en esta plataforma como elección de transporte público. Por otro lado, un 18,1% afirma utilizar este servicio para ir a la estación de metro, tren o autobús. Además, la compañía llevó a cabo su segundo servicio en Madrid en diciembre de 2016, UberOne, *“el primer servicio eléctrico premium de Uber a nivel mundial”*. Rodríguez Marín (2016).

A continuación, analizaremos las cuentas de Uber en España en los años 2014 al 2017 basándonos en la información que nos ofrece SABI.

Uber tributa en nuestro país con el nombre Uber Systems Spain SL., como razón social tal y como indica SABI. Es una sociedad limitada unipersonal que cuenta con capital social de 3.000€, su director ejecutivo es Don Juan Galiardo y su fecha de constitución corresponde al 13 de marzo de 2014.

Para conocer su actividad económica, vamos a estudiar los datos de la Tabla 4.1. tomando como referencia los ingresos de explotación, el impuesto sobre sociedades, el

resultado del ejercicio y el número de empleados. Además, analizaremos el ratio de solvencia, su rentabilidad económica y el nivel de endeudamiento de la empresa en nuestro país.

Como se refleja en el Gráfico 4.1. la empresa duplicó en 2017 su facturación con respecto a 2016 en España a pesar de las trabas de su actividad por parte de los taxistas. Concretamente, Uber facturó en 2017 2,8 millones de euros. Por lo que se produjo un aumento del 459,29%.

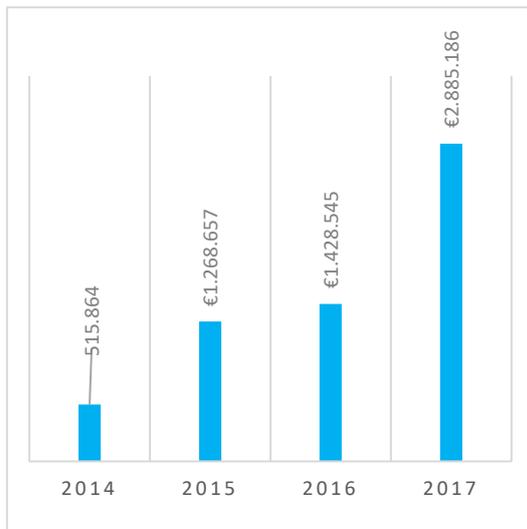
Esta evolución se debe principalmente a un crecimiento natural de la compañía, ya que en 2017 solo estaba implantada en Madrid, pero en 2018 se instaló también en otras ciudades españolas, incluida Barcelona. Aunque, como se ha mencionado anteriormente, a principios de este año la compañía declaró que no iba a operar más en Cataluña con UberX.

Tabla 4.1. Datos Uber. Años 2014-2017.

	31/12/2014	31/12/2015	31/12/2016	31/12/2017
Ingresos de explotación	515.864€	1.268.657€	1.428.545€	2.885.186€
Impuesto sobre Sociedades	9.446€	37.889€	28.395€	53.817€
Resultado del Ejercicio	30.968€	63.222€	83.401€	163.514€
N.º de Empleados	4	8	8	13
Ratio de solvencia	0,96	1,15	1,19	1,13
Rentabilidad económica (%)	6,12	37,19	16,75	22,56
Endeudamiento (%)	94,86	64,25	72,95	64,29

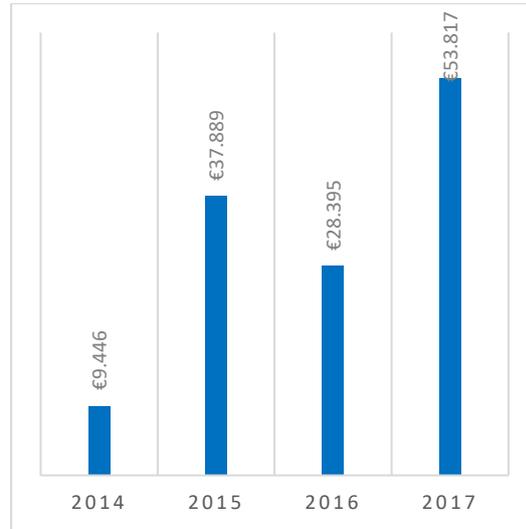
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de SABI.

Gráfico 4.1. Ingresos de Explotación
(Euros). Años 2014-2017.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de SABI.

Gráfico 4.2. Impuesto sobre Sociedades
(Euros). Años 2014-2017.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de SABI.

En cuanto a la tributación de la empresa en lo que respecta al Impuesto sobre Sociedades en nuestro país, en el Gráfico 4.2. se observa como aumentó de 2014 al 2015, pasando de 9.446€ a 37.889€. Sin embargo, en 2016 se produce un descenso, pero comprobamos como en 2017 aumenta hasta los 53.817€. En total, se produce un aumento del 428% comparando 2014 con 2017.

Respecto a la evolución del Resultado del Ejercicio de la empresa se ha producido un crecimiento constante con el paso de los años. En el año 2014 este ascendía a 30.968€ y en el año 2017 esa cifra aumentó hasta situarse en 163.514€. Por lo tanto, la ganancia neta de la compañía se ha incrementado un 428% si miramos 4 años atrás.

Por otro lado, el número de empleados ha sufrido un aumento del 225%. Estos han pasado de ser 4, en 2014, a 13, en 2017. Esto es debido al crecimiento interno que ha sufrido la empresa en los últimos años.

Como hemos mencionado en la subsección 3.4. el ratio de solvencia mide la capacidad de pago a largo plazo que tiene una empresa. Este ha ido aumentando con los años, pasando en 2014 de 0,96 a 1,13 entre 2014 y 2017. Estos datos nos informan que la situación de la empresa a la hora de su capacidad de pago es delicada ya que $RS < 1.5$.

La rentabilidad económica mide la capacidad que los activos de una empresa tienen para producir beneficios, sin importar cómo han sido financiados. En el periodo analizado, la rentabilidad económica aumenta de manera considerable, siendo 16,44

p.p. En 2014 la cifra era de 6,12%, en cambio en 2017 la rentabilidad asciende a 22,56%. Por lo tanto, el grado de aprovechamiento de los activos es muy bueno.

Por último, el endeudamiento mide la proporción de deuda que soporta una empresa frente a sus propios recursos. Como podemos ver, en el caso de Uber en España ha descendido 30,57 p.p., pasando de 94,86% en 2014 a 64,29% en 2017. Aunque se haya reducido, como se sitúa por encima del 60% la empresa está soportando un volumen de deuda elevado. Este ratio nos indica que Uber debería hacer una mejor gestión de sus activos para hacer frente a sus deudas, aunque tiene una buena imagen frente a terceros.

Si observamos los datos que aparecen al principio de la subsección, vemos que la compañía no para de crecer y que cada vez más personas se unen a esta práctica. Sin embargo, esta evolución parece inconsistente con la tributación de Uber en España.

Todo esto nos hace plantearnos la siguiente cuestión: ¿Dónde va a parar el resto de la actividad económica de Uber?

La compañía tributa en España solo por sus actividades relacionadas con el marketing y la promoción.

En el caso de Uber, su principal actividad económica se registra en Holanda. No tiene la obligación de enseñar sus cifras reales, ya que la legislación se lo permite al tener la cuenta consolidada en dicho país.

Su director general anunció que *“no tienen pensado trasladar aquí su sistema para tributar en nuestro país mientras defiende que pagan en España todos los impuestos necesarios”*. Juan Galiardo (2017).

Por lo tanto, a la compañía le interesa tener su actividad en Holanda, ya que es un país con grandes ventajas fiscales. Para la compañía es como si fuera un “paraíso fiscal”. En cambio, este hecho está muy discutido en el seno de la Unión Europea.

Como podemos observar en la Tabla 3.1. Uber Systems Spain obtuvo 2.885.186€ de beneficios netos en el año 2017. Pero el beneficio que obtuvo realmente la compañía solo podríamos saberlo si observáramos sus cuentas en Holanda.

4.5. VENTAJAS E INCONVENIENTES DE UBER.

Basándonos en un artículo publicado en La Voz (2016), presentamos las ventajas e inconvenientes de Uber tanto para usuarios como para conductores.

Desde el punto de vista del usuario las principales ventajas son las siguientes. La comodidad de los vehículos, el interior del vehículo y la buena presencia del conductor. Permite conocer el precio del recorrido de antemano. Los trayectos de media distancia son más baratos que los taxis. Por otro lado, da la sensación de tener una mayor confianza en el conductor ya que sabes que todo queda registrado. Además, permite a los usuarios planificarse mejor puesto que pueden conocer desde dónde viene el vehículo y cuánto tiempo tardará en llegar. Por último, no se necesita dinero físico porque se puede realizar el pago mediante la tarjeta que tiene registrada en su cuenta de usuario.

En cuanto a los inconvenientes para el usuario, da cierta inseguridad saber que la profesionalidad del conductor no está asegurada ya que la licencia del coche es la que lo garantiza. Además, existe una incertidumbre acerca del tipo de cobertura que puedas tener en caso de padecer un siniestro vial.

Entre las ventajas desde el punto de vista del conductor destacamos las siguientes. Puede darle la oportunidad de utilizarlo como un segundo trabajo y ganar un dinero extra. También, se siente más seguro a la hora de sufrir un asalto ya que sabe que todo queda registrado en el sistema. Por último, no lleva consigo el dinero de la recaudación porque el pago es virtual.

El principal inconveniente para el conductor es ser un autónomo sin tener flexibilidad de horarios o no poder obtener el total del pago del servicio. Además, algunos conductores de Uber se han visto envueltos en problemas o han sido agredidos por taxistas, al sentir estos últimos una competencia desleal. De hecho, los taxistas llaman a sus coches los “cucarachitas negros”.

4.6. ESTRATEGIAS FUTURAS.

Uber apuesta por un cambio de forma en la que se mueven las personas ya que se considera diferente a sus competidores por el servicio que ofrecen. La compañía considera al país como un mercado perfecto para el crecimiento del negocio. Sin embargo, reconoce que su actividad se encuentra “limitada” por las constantes regulaciones a las que se ve sometida ya que se encuentra siempre en el punto de mira.

La empresa pretende expandir los servicios con los que ya cuenta. Entre los diferentes servicios que cuenta la compañía se encuentran JUMP, basado en bicicletas compartidas; UberONE, servicio de conductores premium con automóviles 100% eléctricos y UberEats, basado en la entrega de comida.

Uber tiene previsto desarrollar UberAir basado en el lanzamiento de una especie de taxi aéreo de personas. La compañía pretende realizar los primeros servicios en 2020 en los Ángeles con el objetivo de disminuir la congestión, los gases de efecto invernadero y el tiempo de circulación de los pasajeros.

Juan Galiardo (2018) admite que *“el arranque de Uber fue muy difícil, pero parece que poco a poco vemos la luz al final del túnel”*.

Sin embargo, sin duda alguna el principal reto que tiene Uber es romper el conflicto que tiene con los taxis, especialmente en España, ya que considera que es uno de los países que más trabas le pone a su negocio.

Por consiguiente, su propósito es trabajar de manera conjunta con ese sector que tantos problemas le está trayendo. Por ello, pretenden hacer hincapié en un trabajo basado *“en una transición que no deje a nadie atrás”* Juan Galiardo (2018).

El director de Uber en España entiende la preocupación de los taxistas, pero asegura que pueden acabar con ese conflicto si ambos ponen de su parte y estos dejan de verlos como competencia para comenzar a considerarlos como compañeros de trabajo.

Por su parte, la compañía pretende que no se entienda a Uber como un servicio más barato que los taxis, ya que considera que la tecnología juega un papel fundamental para crear un modelo más eficiente y no precario.

El 11 de abril de 2019, Uber empezó a cotizar en Wall Street esperando conseguir 1.000 millones de dólares, existiendo la posibilidad de multiplicarse por diez.

Otro reto de la compañía es convertirse en el Amazon del transporte. Pretende introducir en su aplicación el billete de metro, autobús o incluso la bicicleta que son medios de transporte mucho más barato que el coche. Por lo tanto, quiere conseguir que cada vez que el usuario necesite desplazarse a cualquier lugar, abra la aplicación y elija lo que más se adapte a sus necesidades. Para ello, necesitará conocer los datos de transporte de las diferentes ciudades para introducirlos en su tecnología.

Uber tiene como misión colocar la tecnología a tal nivel que el transporte se encuentre en cualquier lugar y lo pueda utilizar todo el mundo.

Sin embargo, para Uber sigue siendo muy importante la imagen que tienen sus usuarios sobre la plataforma. Por lo que se esfuerza en seguir manteniendo un buen servicio y ofrecer esa sensación que destacan los pasajeros, de alta gama y comodidad en todos los trayectos.

5. BLABLACAR VERSUS UBER.

En esta sección, sintetizamos las principales diferencias y similitudes de Uber y BlaBlaCar, que se listan en la Tabla 5.1., a partir de la información obtenida en las secciones anteriores.

Respecto a su legalidad, Uber no es legal en España, solo lo es UberX. En cambio, BlaBlaCar sí es legal.

A pesar de que ambas empresas ponen en contacto a conductores con pasajeros, la finalidad de ambas es diferente. En Uber un conductor profesional se ofrece a realizar un trayecto que se le ha demandado. Sin embargo, en BlaBlaCar un conductor, que no es profesional, y un pasajero se ponen en contacto para compartir los gastos de un trayecto.

Por otro lado, las denuncias que ha recibido Uber vienen de la mano de la Asociación Madrileña del Taxi, mientras que las de BlaBlaCar provienen de la Confederación Española del Transporte en Autobús.

Ambas plataformas no tienen previsto cerrar en España. En el caso de Uber, cerró cautelarmente en 2014, pero volvió en 2016 bajo UberX.

Podríamos decir que la principal diferencia entre estas dos compañías de transporte de viajeros en automóvil es que Uber pertenece a la economía bajo demanda y BlaBlaCar a la economía colaborativa, tal y como habíamos mencionado anteriormente.

Otra distinción a destacar es que Uber tiene ánimo de lucro, mientras que BlaBlaCar no.

En el caso de BlaBlaCar, los usuarios no son desconocidos porque sus datos se encuentran en la web donde aparecen sus gustos y experiencias. Actúa como una red social, ya que el objetivo primordial de la empresa es conectar personas sin obtener beneficio económico. En cambio, los conductores y pasajeros de Uber mantienen una relación comercial ya que la colaboración es inexistente y el conductor obtiene un beneficio económico por la realización del trayecto.

Por lo otro lado, los trayectos que se llevan a cabo en BlaBlaCar son de media o larga distancia, mientras que en Uber, generalmente, se realizan desplazamientos urbanos de corta distancia. Aunque también realiza trayectos de media y larga distancia.

La principal similitud entre BlaBlaCar y Uber es que ambas empresas han experimentado un gran auge gracias a las plataformas digitales promovidas por las innovaciones tecnológicas y a un cambio de pensamiento de la sociedad.

También hay que tener en cuenta que ambas compañías actúan a través de una plataforma digital que conecta a conductor y pasajero, aunque los fines sean diferentes.

Otra similitud, es que tanto en Uber como en BlaBlaCar se puede conocer el precio previamente.

Ahora bien, en cuanto al precio, Uber utiliza un método de estimación para calcular sus servicios. El usuario desde la página web o desde la aplicación puede conseguir un precio estimado, siendo imprescindible que introduzca tanto el lugar de recogida como el destino final del trayecto.

En España, UberX, está catalogado como el servicio más económico de Uber. Recogiendo los importes del 2018 encontramos que la tarifa mínima es de 5,5€ (aunque varía según la ciudad), el coste del kilómetro sería de 1,25€, con un mínimo de 0,1€ por minuto. Por ejemplo, la tarifa 3 (cuantía mínima salida aeropuerto) impuesta por el Ayuntamiento de Madrid para los taxis está fijada en 20€ en el inicio del servicio. Uber, al no tener una tarifa de aeropuertos, ese trayecto comenzaría con una tarifa de 5,5€, por lo tanto, se produce ya una diferencia de precio de casi 15€.

En el caso de BlaBlaCar, cuando el conductor publica su viaje fija el precio. Este no es negociable y es el mismo importe para todos los pasajeros. El importe puede variar según el cálculo del conductor dependiendo de los costes del viaje y del recorrido. Los conductores pueden fijar sus precios de forma libre con unos límites razonables siendo los factores principales si tienen la disponibilidad para desviarse o las comodidades que disponga el coche. BlaBlaCar para asegurarse que el conductor no obtenga un beneficio y los costes están distribuidos de manera correcta establece unas limitaciones, como ya hemos explicado anteriormente. Por ejemplo, el trayecto Cartagena-Murcia cuesta normalmente 3€ si coges un BlaBlaCar, pero te cuesta 4,75€ si eliges el autobús.

Por último, ya conocemos las ciudades españolas donde está disponible UberX, Madrid, Sevilla, Granada y Málaga, incluyendo la Costa del Sol. Sin embargo, BlaBlaCar se encuentra con usuarios repartidos por todas las provincias españolas.

Tabla 5.1. Diferencias y similitudes de Uber y BlaBlaCar.

	BLABLACAR	UBER
¿Es legal en España?	Sí.	Sí, es legal UberX.
¿Cómo funcionan?	Conductor y pasajero se ponen en contacto para compartir los gastos de un trayecto.	Un conductor profesional y un pasajero se ponen en contacto para realizar un trayecto.
¿Quiénes les denuncian?	Confederación Española del transporte en Autobús.	Asociación Madrileña del taxi.
Trayectos que realizan	Trayectos de media y larga distancia.	Generalmente, trayectos urbanos de corta distancia. Pero, también de media y larga.
Economía a la que pertenecen	Economía colaborativa.	Economía bajo demanda.
¿Existe ánimo de lucro?	No.	Sí.
¿Actúan como una red social?	Sí.	No, actúan a través de una relación comercial.
¿A qué se debe su auge?	Al uso de las plataformas digitales y a un cambio de mentalidad de las personas.	Al uso de las plataformas digitales y a un cambio de mentalidad de las personas.
¿Se conoce el importe del trayecto?	No.	Sí, puede variar.
Ciudades españolas dónde realizan su actividad.	Madrid, Sevilla, Granada y Málaga, incluyendo la Costa del Sol.	En todas las ciudades españolas.

Fuente: Elaboración propia con la información recogida.

6. CONCLUSIONES.

La economía colaborativa y la economía bajo demanda, basadas en plataformas digitales, son un fenómeno innovador que está generando, de forma acelerada y con trascendencia aún imprevista, transformaciones en la actividad de abundantes mercados. Estas economías son fenómenos que crecen aceleradamente, con una considerable importancia económica y social, que cuentan con un gran potencial de desarrollo futuro.

Estas economías se han desarrollado como consecuencia de los precios muy bajos en un lado del mercado, que atraen a numerosos usuarios aportando ingresos indirectamente al otro lado.

Actualmente, estos nuevos modelos económicos se encuentran solapados a los tres sectores tradicionales, destacando el sector servicios. De hecho, hay estudios que determinan que, con la llegada de plataformas colaborativas como BlaBlaCar, el turismo ha aumentado al abaratar los viajes.

Desde el punto de vista económico, destacamos las siguientes consecuencias de estas modernas plataformas. Se ha producido un descenso de los costes de transacción. También resaltamos la importancia de la reputación como impulsora de las transacciones que se producen entre los usuarios, ofertantes y demandantes, indistintamente. Por otro lado, estas plataformas han provocado un descenso total o parcial, impulsado por la tecnología y al abandono voluntario a la privacidad, de cuantiosas trabas de información asimétrica, ya que se puede conocer particularidades del producto, características personales y localización a tiempo real, entre otros.

Desde el punto de vista de la oferta, la emergencia de las nuevas plataformas ha causado un aumento del nivel de competencia con los servicios tradicionales. Un aspecto que destacar es que el incremento de esta rivalidad se debe, principalmente, a la entrada de startups con un factor tecnológico consolidado. Numerosas plataformas, especialmente las destinadas al alojamiento y transporte, se han adentrado en subsectores económicos que se consideraban cerrados, donde las innovaciones han clarificado las oportunidades económicas dejando patente la ineficiencia de la regulación actual.

Por otro lado, los taxis y los VTC son competidores claros. Ambos defienden su marca a pesar de que ofrecen un mismo servicio. La empresa Uber ha introducido unas innovaciones que ya estaban disponibles, pero que los taxis no habían pensado en ningún momento adoptar. Estas innovaciones son la geolocalización, la tarificación en

horas punta, el pago automático con una tarjeta registrada de antemano o la calificación de conductores. Ahora, los taxis intentan adoptar estas innovaciones sin perder su esencia tradicional. Sin embargo, poco a poco están modernizándose. Por ejemplo, se ha aprobado una norma que permite pactar el precio fijo del trayecto o compartir el taxi con otros pasajeros pagando individualmente.

Lo ideal para la población sería la entrada de numerosas plataformas que ofrezcan un mismo bien o servicio, de manera que ningún comprador o vendedor ejerciera influencia decisiva sobre el precio. En cambio, si, finalmente, los VTC y los taxis se unen incrementarían su poder de mercado, de manera que conjuntamente regularían el precio y esto supondría un descenso del bienestar social.

Desde mi punto de vista, otro aspecto importante en el que profundizar son las condiciones laborales a las que están sometidos los conductores de VTC en estas nuevas plataformas. Para ganar un sueldo “medio digno” trabajan una media de 12 horas diarias. Las empresas como Uber, los tratan como falsos autónomos ya que ellos solo se llevan un porcentaje de los trayectos que realizan una vez que han alcanzado un mínimo y están sometidos a restricciones por parte de la compañía. Los conductores están sometidos a mucha presión, ya que son la carta de presentación de Uber. Los usuarios valoraran al conductor y, por tanto, la imagen de Uber.

Una de las características de estos nuevos modelos económicos es la confianza que adquieren los usuarios a través de las recomendaciones. En la mayoría de las plataformas puedes puntuar compartiendo tu opinión o valorando el servicio prestado. En un futuro, no muy lejano, el valor añadido se encontrará principalmente en el tratamiento de los datos. Para las principales empresas de la economía colaborativa y la economía bajo demanda, el uso de los datos personales puede suponer una fuente de riqueza ya que poseen mucha información sobre los usuarios.

En Cataluña, más del 90% de las licencias de los taxis se encuentran en manos de propietarios que tienen una única licencia. En cambio, los grandes empresarios se han apoderado de la mayor parte de las licencias de VTC, porque las consideran inversión una gran rentabilidad económica. Por lo tanto, no se está produciendo una redistribución de la renta adecuada, aprovechándose de esto los más ricos.

Concluyendo, creo que estos nuevos tipos de economías son solo el principio de una revolución económica que cuenta tanto con defensores como con detractores. Sin duda alguna me incluyo entre los defensores ya que considero que supone un beneficio para la sociedad la existencia de modelos colaborativos o que aparezcan alternativas al transporte tradicional más económicas y con mejores prestaciones, como la compañía

Uber. También suponen un beneficio para la actividad económica del país puesto que generan empleo, turismo e innovación, entre otros. Además, a pesar de que solo tributen empresas, como BlaBlaCar y Uber, por sus actividades relacionadas con promoción y marketing, suponen una fuente de ingresos para el país. ¿Quién sabe hasta dónde llegará la repercusión de estas economías? Sería enormemente interesante realizar una estimación apropiada de la magnitud de las mismas en un futuro próximo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Álvarez, L. (2018). *Juan Galiardo, director de Uber España: “Entendemos la movilidad como un servicio”*. Recuperado de: <https://www.unav.edu/web/vida-universitaria/detalle-noticia-pestana?articleId=20172984>. Última consulta efectuada el 17 de junio de 2019.

Agencia EFE (2018). *Director Uber España: “Queremos romper la dinámica del conflicto con el taxi”*. Recuperado de: <https://www.eleconomista.es/mercados-cotizaciones/noticias/9000234/03/18/Director-Uber-Espana-Queremos-romper-la-dinamica-del-conflicto-con-el-taxi.html>. Última consulta efectuada el 11 de julio de 2019.

Agencia EFE (2018). *El número de licencias VTC se dispara más de un 70 % en seis meses*. Recogido en: <https://www.efe.com/efe/espana/economia/el-numero-de-licencias-vtc-se-dispara-mas-un-70-en-seis-meses/10003-3809458>. Última consulta efectuada el 20 de julio de 2019.

Beltrán, A. (2018). *Plataformas de economía colaborativa: una mirada global*. The Ostelea School of tourism & hospitality. Recuperado de: http://www.aept.org/archivos/documentos/ostelea_informe_economia_colaborativa.pdf. Consultas efectuadas entre 1 de marzo y 20 de mayo de 2019.

Blog BlaBlaCar. Página web: <https://blog.blablacar.es/>. Consultas efectuadas entre el 16 de abril y 21 de julio de 2019.

Bueno, S. (2017). *La economía colaborativa dispara la creación de startups de transporte*. Recuperado de: <https://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/8306611/04/17/La-economia-colaborativa-dispara-la-creacion-de-startups-de-transporte-.html>. Última consulta efectuada el 27 de junio de 2019.

Bulchand, J. y Melián, S. (2016). *Una guía para entender la economía colaborativa*. Imecolab.com

Caballero, D. (2017). *Airbnb, Uber y BlaBlaCar tributan fuera de España por su actividad real*. Recuperado de: https://www.abc.es/economia/abci-airbnb-uber-y-blablacar-tributan-fuera-espana-actividad-real-201608221106_noticia.html. Última consulta efectuada el 5 de julio de 2019.

Cadena Ser (2019), página web:

https://cadenaser.com/programa/2019/01/22/hoy_por_hoy/1548150839_359565.html.

Última consulta efectuada el 30 de junio de 2019.

Cañigueral, A. (2014). *Vivir mejor con menos: Descubre las ventajas de la nueva economía colaborativa*. Editorial Conecta.

Casado, F. (2017). Movilidad Urbana: Una cuestión de derechos -II. Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2017/09/13/seres_urbanos/1505284657_336748.html . Última consulta efectuada el 22 de julio de 2019.

Castillo, A. (2019). *Tras la salida de Uber y Cabify de Barcelona: ¿en qué ciudades españolas siguen las VTC?*. Recuperado de: <https://www.genbeta.com/actualidad/salida-uber-cabify-barcelona-que-ciudades-espanolas-siguen-vtc>. Última consulta efectuada el 12 de junio de 2019.

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. *Frecuencia de uso de plataforma de economía colaborativa (páginas webs o apps) (porcentaje de individuos)*. Página web: <https://www.cnmc.es/> . Última consulta efectuada el 19 de Julio de 2019.

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. *Nota de Prensa del Panel 7 de Economía Colaborativa*. Página web: <https://www.cnmc.es/>. Última consulta efectuada el 19 de Julio de 2019.

Contreras, M. (2015). *BlaBlacar, Cabify y Uber: diferencias y similitudes de una misma batalla legal*. Recuperado de: https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2015-11-05/blablar-car-cabiy-y-uber-diferencias-y-similitudes-de-una-misma-batalla-legal_1083682/. Última consulta efectuada el 27 de junio 2019.

Criado, A. (2019). *Llega la verdadera guerra del taxi: el arma secreta con la que Cabify quiere comerse a FreeNow*. Recuperado de: https://www.lespanol.com/economia/empresas/20190717/llega-verdadera-secreta-cabify-comerse-free-now/414209457_0.html. Última consulta efectuada el 17 de julio de 2019.

Delle, L. y Grasso, D. (2019). *Cuatro gráficos y una clave para entender la guerra entre los taxis y las VTC*. Recuperado de: https://elpais.com/economia/2019/01/23/actualidad/1548258480_191353.html. Última consulta efectuada el 2 de julio de 2019.

Diario Crítico (2019). *El tópico sobre que Uber y Cabify no tributan en España: ¿mito o realidad?*. Recuperado de: <https://www.diariocritico.com/uber-y-cabify-no-tributan-en-espana-mito-o-realidad>. . Última consulta efectuada el 15 de julio de 2019.

Dirección General de Gestión y Vigilancia de la Circulación (2017). Estudio del servicio del taxi del Ayuntamiento de Madrid.

Domínguez, J.M. (2017). *La economía colaborativa: la sociedad ante un nuevo paradigma económico*. Recuperado de: <http://www.extoikos.es/n19/pdf/2.pdf>. Última fecha consultada el 30 de mayo de 2019.

Estudio sobre el sector del transporte de viajeros de hasta nueve plazas: el taxi y los vehículos de alquiler con conductor (2018). Autoritat Catalana de la competencia.

Foro coches. Página web:

<https://www.forocoches.com/foro/showthread.php?t=6610678>. Última consulta efectuada el 17 de mayo de 2019.

García, A. (2013). *12 razones que impulsan la economía colaborativa*. Recuperado de: <http://www.qtorb.com/2013/10/12-razones-que-impulsan-la-economia-colaborativa.html> Última consulta efectuada el 10 de mayo del 2019.

Gea, J.C.(2018). *No compito con el autobús sino con el coche vacío y el uso ineficiente de los vehículos*. Recuperado de: <https://www.lavozdeasturias.es/noticia/actualidad/2018/04/19/compito-autobus-coche-vacio-uso-ineficiente-vehiculos/00031524165036411722469.htm> Consultas efectuadas entre el 1 y 30 de mayo de 2019.

Ginés, G. (2017) *Uber vuelve a España con conductores profesionales*. Recuperado de: https://www.abc.es/economia/abci-uber-vuelve-espana-conductores-profesionales-201603292307_noticia.html Consultas Efectuadas entre el 1 y 30 de mayo del 2019.

Gobierno de España, Ministerio de Fomento, Dirección General de Transporte Terrestre basado en el Observatorio del transporte de viajeros por carretera Oferta y demanda (2019).

González D., Vallejo A., Sarasola J.L. (2015). *“Nuevos movimientos sociales: el transporte. El caso Bla-Bla-Car y Uber”*. Sevilla: Universidad Pablo de Olavide.

Gualtieri, T. (2014). *BlaBlaCar, no tiene nada que ver con Uber, compartir coche es legal*. Recuperado de:

https://elpais.com/economia/2014/06/11/actualidad/1402521191_813233.html. Última consulta efectuada el 3 de junio de 2019.

Gutiérrez, C. (2016). *Cómo calcular el precio de BlaBlaCar para evitar posibles multas*. Recuperado de: <https://www.madridiario.es/438026/madrid-fija-en-019-por-kilometros-el-precio-que-puede-cobrar-un-conductor-de-blablacar> . Última consulta efectuada el 20 de julio de 2019.

Haykal, I. (2019). BlaBlaCar: 8 ventajas e inconvenientes de viajar con este sistema. Recuperado de: <https://psicologiymente.com/consumidor/bla-bla-car-ventajas-inconvenientes>. Última consulta realizada el 16 de julio de 2019.

Información precios BlaBlaCar. Página web:

<https://www.blablacar.es/faq/question/como-funciona-el-precio-y-el-metodo-de-pago>.

Consultas realizadas entre el 1 de mayo al 21 de julio de 2019.

Información precios Uber. Página web:

<https://intereconomia.com/empresas/motor/madrid-uber-cabify-20170328-0907/>.

Consultas realizadas entre el 1 de mayo al 21 de julio de 2019.

Instituto Nacional de Estadística. Página web:

<https://www.ine.es/daco/daco42/daco4210/tv0618.pdf>. Consultas realizadas entre el 1 de mayo al 21 de julio de 2019.

Instituto Nacional de Estadística: Estadística de transporte de viajeros. Recuperado de: http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176906&menu=ultiDatos&idp=1254735576820. Consultas realizadas entre el 15 de mayo y 22 de julio de 2019.

Instituto Nacional de Estadística: Estadística del taxi. Recuperado de: http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176959&menu=resultados&idp=1254735576820 Consultas realizadas entre el 15 de mayo y 22 de julio de 2019.

Instituto Nacional de Estadística: Cifras de población. Recuperado de: http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176951&menu=resultados&idp=1254735572981 Consultas realizadas entre el 15 de mayo y 22 de julio de 2019.

Jiménez M. (2018). *BlaBlaCar mejora su aplicación para ofrecer servicio a las localidades más pequeñas*. Recuperado de:

https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/01/30/companias/1517311946_236903.html. Última consulta realizada el 29 de mayo de 2019.

LaVoz (2016), *Ventajas y desventajas de Uber para conductores y usuarios del servicio*. Recuperado de: <https://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/ventajas-y-desventajas-de-uber-para-conductores-y-usuarios-del-servicio>. Última consulta realizada el 3 de junio de 2019.

López, D. (2019). *VTC, ¿Qué es?: significado de las siglas, licencias, evolución...* Recuperado de: <https://www.actualidadmotor.com/vtc-que-es/>. Última consulta efectuada el 16 de junio de 2019.

López, N. (2019). *Esto es lo que gana DE VERDAD un conductor de Cabify y/o Uber* Recuperado de: <https://www.autobild.es/practicos/gana-verdad-conductor-cabify-uber-371431>. Última consulta efectuada el 8 de julio de 2019.

Lozano, E. (2014). *Uber y BlaBlaCar: la diferencia entre el lucro y el consumo colaborativo.* Recuperado de: https://www.eldiario.es/economia/BlaBlaCar-Uber-taxis-Federacion-Profesional-del-Taxi-de-Madrid_0_306919618.html. Última consulta efectuada el 29 de abril de 2019.

Martin, J. (2016). *Lo bueno, lo feo y lo malo de ser un conductor de servicios como Uber o Cabify.* Recuperado de: <https://www.motorpasion.com/industria/lo-bueno-lo-feo-y-lo-malo-de-ser-un-conductor-de-servicios-como-uber-o-cabify>. Última consulta efectuada el 7 de julio de 2019.

Martínez, L. (2018). *Cuánto cuesta una licencia de taxi y cuánto cuesta una licencia VTC.* Recuperado de: <https://www.iahorro.com/ahorro/noticias/cuanto-cuesta-una-licencia-de-taxi-y-una-licencia-vtc.html>. Última consulta efectuada 19 de julio del 2019.

Mascías, C. (2019). *Brusson, el optimista que levantó BlaBLaCar.* Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2019/03/04/eps/1551720546_424552.html. Última consulta efectuada el 4 de junio de 2019.

Méndez, M. (2018). *Los verdaderos ganadores de las “guerras del taxi”: 26 personas amasan 450 millones.* Recuperado de: https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2018-05-06/uber-cabify-decreto-ley-gobierno-taxi-licencias-vtc-decretazo_1558568/. Última consulta realizada el 25 de julio de 2019.

Miranda, A. (2017). *La tribu colaborativa.* Blog. Recuperado de: www.latribucolaborativa.com Consultas efectuadas entre el 30 de marzo y 27 de mayo de 2019.

Moratalla, M. (2019). *Uber duplicó sus ingresos en España en 2017 pese a la batalla con los taxistas.* Recuperado de: <https://okdiario.com/economia/uber-duplico-sus-ingresos-espana-2017-pese-batalla-taxistas-3105356> Última consulta efectuada el 16 de julio de 2019.

Muñoz, R. (2018). *BlaBlaCar cambia su aplicación para convertirse en un Uber interurbano*. Recuperado de:

https://elpais.com/economia/2018/01/29/actualidad/1517250620_881985.html. Última consulta efectuada el 16 de junio de 2019.

Observatorio del transporte de viajeros por carretera oferta y demanda. Ministerio de Fomento. Enero 2019

Pastor, J. (2017). Uber y sus competidores han reducido las muertes por conducir bebido en Nueva York hasta un 35%. Recuperado de: <https://www.xataka.com/vehiculos/uber-y-sus-competidores-salvan-vidas-asi-se-reducen-las-muertes-por-conducir-bebido>. Última consulta efectuada el 21 de julio de 2019.

Plaza, A. (2019). *Guerra del taxi: esto es lo que cobra y trabaja un taxista respecto a un conductor de Uber y Cabify*. Recuperado de: https://www.eldiario.es/economia/Guerra-trabaja-respecto-conductor-VTC_0_860914783.html. Última consulta efectuada el 20 de julio de 2019.

Pozzi, S. (2019). *Uber revela sus secretos y ambiciones a Wall Street*. Recuperado de: https://elpais.com/economia/2019/04/11/actualidad/1555017853_325611.html. Última consulta efectuada el 30 de junio de 2019.

Rodríguez. D. (2014). *¿Cómo nació Uber?*. Recuperado de: <https://www.libertaddigital.com/ciencia-tecnologia/internet/2015-03-14/como-nacio-uber-1276543111/>. Última consulta efectuada el 30 de abril de 2019.

Rodríguez, S. (2016). *Los modelos colaborativos y bajo demanda en plataformas digitales*. Barcelona: Sharing España y Adigital

Romero, R. (2015). *Uber en España, o la historia de un tropiezo*. Recuperado de: <https://www.diaridetarragona.com/naltros/Uber-en-Espana-o-la-historia-de-un-tropiezo-20151013-0043.html>. Última consulta efectuada el 27 de mayo de 2019.

Sérvulo, J. (2017). *Las nuevas plataformas de transporte apenas declaran beneficios en España*. Recuperado de:

https://elpais.com/economia/2017/11/18/actualidad/1510997965_581238.html. Última consulta efectuada el 18 de julio de 2019.

Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI). Página web:
https://sabi.bvdinfo.com/version201965/Report.serv?_CID=30&context=1X6FCP2IJ48BUHM. Última consulta efectuada el 19 de Julio de 2019.

Rus, C. (2019). *Uber deja de operar en valencia ante las nuevas restricciones para contratar una VTC en la ciudad*. Recuperado de:
<https://www.xataka.com/automovil/uber-deja-operar-valencia-nuevas-restricciones-para-contratar-vtc-ciudad>. Última consulta efectuada el 3 de junio de 2019.

Tena, A. (2018). *La economía colaborativa ingresará un 2.000% más en 2025*. Recuperado de: <https://ctxt.es/es/20180328/Firmas/18783/Economia-colaborativa-crecimiento-ingresos-espana.htm> Última consulta efectuada el 28 de abril de 2019.

Tirole, J. (2017). *La economía del bien común*. Editorial Taurus Pensamiento.

Ximénez, P. (2019). *Uber quiere gestionar el transporte público*. Recuperado de:
https://elpais.com/tecnologia/2019/02/28/actualidad/1551379536_411760.html. Última consulta efectuada el 6 de julio de 2019.