



**Universidad
Politécnica
de Cartagena**



**FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA
EMPRESA**

IRRUPCIÓN DE UBER Y CABIFY EN EL MERCADO TAXISTA

Autora: AINARA CENIZO ROMERO

Tutor: JUAN PATRICIO CASTRO VALDIVIA

Cartagena 2020

**Trabajo Fin de Grado para la obtención del título de Graduada en Administración y
Dirección de Empresas**

Índice



Universidad
Politécnica
de Cartagena



FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA
EMPRESA

Índice	4
Índice de figuras	7
Resumen	8
Introducción	1
1. Modelo de Competencia Monopolística	4
1.1 Competencia Imperfecta	4
1.2. Competencia Monopolística	5
1.2.1. Definición de otros economistas.	5
1.2.2 Características del mercado de competencia monopolística	6
1.2.3. El modelo de competencia monopolística de Chamberlin	7
1.3. Competencia VTC y Taxi	11
1.3.1 Competencia vía precios	11
1.3.2. Competencia vía publicidad	18
1.3.3. Competencia vía servicio	19
2. Descripción de las empresas y el mercado	20
2.1. Uber	20
2.1.1. Puesta en marcha del negocio.	20
2.1.2. Idea de negocio y características de Uber	23

2.2. Cabify.....	29
2.2.1. Puesta en marcha del negocio	29
2.2.2. Idea de negocio y características de Cabify.....	30
2.3. Taxi.....	34
2.3.1. Historia del taxi	34
3. Problemática en las grandes ciudades: La guerra del taxi	39
3.1. Inicio del conflicto y medidas adoptadas	39
3.2. La actual guerra del taxi: El paro más grande del sector.....	42
3.3. Licencias	48
3.4. Medidas adoptadas por los servicios ante una situación extraordinaria como el Covid-19	55
4. Conclusión	59
Bibliografía.....	63

Índice de figuras

Figura 1: Modelos de Competencia Imperfecta	4
Figura 2: Demanda real y demanda percibida	8
Figura 3: Equilibrio a corto plazo	9
Figura 4: Equilibrio a largo plazo	10
Figura 5: Precios de los servicios de Uber	12
Figura 6: Precio de los servicios de Cabify.....	13
Figura 7: Precio de los servicios del Taxi.	14
Figura 8:. Precio del taxi por Comunidad Autónoma.....	17
Figura 9 Historia de Travis Kalnick.....	22
Figura 10: Historia de Garret Camp.....	23
Figura 11: Paises en los que ofrece sus servicios Uber.....	25
Figura 12: Servicios y características de Uber	27
Figura 13: Historia de Juan de Antonio Rubio	30
Figura 14: Paises en los que ofrece sus servicios Cabify.....	32
Figura 15:. Historia del Taxi	36
Figura 16: Evolución de las licencias del taxi.	50
Figura 17: Número de licencias del taxi en la actualidad.	51
Figura 18: Evolución del número de licencias VTC.....	52
Figura 19: Número de licencias VTC en la actualidad.	53
Figura 20: Comparación de licencias VTC y Taxi por CC.AA	54

RESUMEN: El objetivo de este trabajo es describir y analizar el taxi frente a las empresas Uber y Cabify desde el punto de vista del mercado de competencia monopolística, estudiando este tipo de mercado y observando sus características. Analizaremos en profundidad las tres empresas y el mercado en el que se encuentran, así como el enfrentamiento entre ellas desde diferentes perspectivas. También nos centraremos en la huelga llamada “guerra del taxi”, tema por el que decidí desarrollar este trabajo. Conoceremos el inicio del conflicto y su desarrollo hasta la actualidad, así como las medidas exigidas y las finalmente adoptadas por las entidades públicas. Es importante entender el papel que juegan las licencias para el desarrollo de la actividad de las tres empresas y toda la problemática que arrastra la concesión de estas, por lo que estudiaremos mediante gráficos la irregular situación de las licencias en las diferentes comunidades autónomas. Ajustándonos a la situación que vive nuestro país frente a la pandemia conocida como Covid-19, veremos como las diferentes compañías han adaptado mejor sus servicios a esta contagiosa enfermedad. Finalmente, se concluye con unas recomendaciones que puedan hacer más justa la convivencia de las VTC y el taxi en nuestro país.

ABSTRACT: The objective of this study is to describe and analyze the taxi against the Uber and Cabify companies from the point of view of the monopolistic competition market, studying this type of market and observing its characteristics. We will analyze in depth the three companies and the market they are in, as well as the confrontation between them from different perspectives. We will also focus on the strike called the "taxi war", which is why I decided to carry out this study. We will know the beginning of the conflict and its development nowadays, and the measures required and those finally adopted by public entities. It is important to understand the role that licenses play for the development of the activity of the three companies and all the problems that are involved in their concession, so we will study the irregular situation of licenses in the different autonomous communities through charts. Adjusting to the situation in our country facing the pandemic known as Covid-19, we will see how different companies have adapted their services to this contagious disease. Finally, it concludes with some recommendations that can make the coexistence of the VTC and the taxi in our country more just.

Introducción

El presente trabajo tiene como finalidad mostrar las diferencias y similitudes entre los VTC y el taxi, ya que en la actualidad la irrupción que han tenido los primeros frente al taxi ha sido tan grande que se ha tenido que modificar la ley para que puedan convivir los tres servicios en “armonía”.

En cuanto a la razón principal por la cual he elegido este tema, se resume a la gran huelga taxista que vivió nuestro país el año pasado, cuando decidí el tema del proyecto, y que despertó mi interés para indagar e investigar sobre la trayectoria del taxi y la incorporación al mercado de las nuevas tecnologías de la mano de las VTC. Al proponer el tema a mi tutor, me habló del mercado de competencia monopolística en el que luchan las tres empresas y el cual no había estudiado durante la carrera, por lo que realizar este trabajo también me servía para obtener nuevos conocimientos. Para la elección de este mercado nos hemos basado en sus características de libertad para imponer precios, una de las grandes diferencias entre taxi y VTC, la diferenciación de producto, ya que no llegan a ser sustitutivos perfectos, cada empresa aporta algo diferente frente a las demás, y sobre todo la libertad de entrada y salida de empresas en este mercado que no posee barreras, y que ha facilitado la entrada de las VTC y demás empresas de transporte que no son únicamente coches.

En cuanto a la distribución del proyecto:

En la primera parte veremos el Modelo de Competencia Perfecta en el que hemos basado este trabajo, ya que creemos que es en el que operan las tres empresas puesto que cada una posee una parte del mercado en el que ofrecen servicios parecidos a precios diferentes, y el cual está abierto para la entrada de nuevos competidores. Basaremos las tres empresas en este mercado y las enfrentaremos vía precio, publicidad y servicios, donde veremos cuál es la mejor en ojos de los clientes.

La segunda parte comprende el estudio de las tres empresas: Uber, Cabify y taxi, donde nos centraremos en la descripción de las compañías con los diferentes servicios que ofrecen, quienes las han creado y donde operan ya que no se encuentran ofreciendo sus servicios solo en España.

En la tercera parte nos centraremos en la problemática del taxi frente a las VTC en las grandes ciudades, veremos resumidamente las huelgas de los taxistas en Madrid y Barcelona y nos centraremos en la última huelga del 2019 y en las medidas adoptadas para su funcionamiento en la actualidad. Veremos el problema de las licencias VTC en las distintas comunidades a través de gráficos, y expondremos las medidas llevadas a cabo por los tres servicios ante la extraordinaria situación que vivimos por el Covid-19.

Por último, cerraremos el trabajo con las conclusiones donde hablaremos de tres medidas que podrían llevarse a cabo: una ley común para los tres servicios de transporte terrestre de personas, una reforma y regulación estatal suprimiendo así la delegación a las Comunidades Autónomas y una actualización del taxi a las nuevas tecnologías.

1. Modelo de Competencia Monopolística

1.1 Competencia Imperfecta

Comenzaremos definiéndola para esclarecer al máximo nuestro modelo de competencia monopolística, ya que forma parte de la competencia imperfecta.

Una industria presenta competencia imperfecta cuando las empresas que actúan en ella influyen en el precio del producto, es decir, no son precio-aceptantes, son consideradas precio-oferentes o precio-dominantes. Esto no quiere decir que las empresas tengan control total sobre el precio, pero sí que tienen suficiente poder de mercado como para afectar sobre él.

Existen cinco mercados que forman parte de la competencia imperfecta, aunque en este trabajo nos centraremos en la competencia monopolística, en la siguiente tabla podemos observar los tipos y las diferencias que existen entre ellos.

Figura 1: Modelos de Competencia Imperfecta

Estructura de mercado	Número de oferentes y grado de diferenciación de productos	Grado de control sobre el precio
Monopolio	Un solo oferente, no existen productos sustitutos	Completo
Oligopolio	Pocos oferentes, Productos homogéneos o diferenciados	Alguno
Competencia monopolística	Varios oferentes con productos diferentes	Alguno

Fuente: Elaboración propia a partir de Economipedia

La principal diferencia es el número de empresas que compiten en ese mercado, en el caso del monopolio, solo existe un oferente con poder absoluto en la industria, en cambio, en oligopolio y competencia monopolística existen más de una empresa con productos diferenciados, y aunque estas no tienen poder absoluto en el mercado sí que poseen cierto control sobre el precio.

1.2. Competencia Monopolística

“La competencia monopolística es una estructura de mercado cercana a la competencia perfecta, ocurre cuando muchas empresas sirven a un mercado con entrada y salida libres, pero en el cual los productos de una empresa no son sustitutos perfectos de los de otras compañías”. (Frank Robert H, 2009, Microeconomía intermedia análisis y comportamiento económico. McGraw-Hill Interamericana.)

La ventaja de este mercado es que permite la entrada a los microempresarios, lo cual les puede servir para hacer crecer sus negocios.

1.2.1. Definición de otros economistas.

- “La competencia monopolística es una estructura del mercado en la que muchas empresas venden productos similares, pero no idénticos”. (N. Gregory Mankiw, 1997, Principios de la Economía.)
- “La competencia monopolística es una estructura del mercado en la que hay muchos vendedores que ofrecen bienes que son sustitutos cercanos, pero no perfectos; donde cada empresa puede influir en cierta medida en el precio de su producto”. (Samuelson, Paul A. Nordhaus, William D, 2006, Economía.)
- “Un mercado de competencia monopolística se compone de muchos compradores y vendedores que negocian sobre un abanico de precios, y no con un solo precio de mercado. Existe esta variedad de precios porque los productores pueden diferenciar sus ofertas a los consumidores. Se pueden introducir variaciones en la calidad, las prestaciones o el estilo del

producto, o se pueden cambiar los servicios adicionales. Los consumidores perciben diferentes productos y por eso, pagarán diferentes precios por ellos. Los productores intentan diferenciar sus ofertas para los diferentes segmentos del mercado y para ello, además del precio, utilizan otras herramientas tales como la publicidad, la marca y la venta personal”. (Kotler Philip, Armstrong Gary, Cámara Dionicio y Cruz Ignacio, Prentice Hall, 2004, Marketing)

- “La competencia monopolística es una situación del mercado donde muchos vendedores, cada uno con una cuota de mercado relativamente pequeña y con productos levemente diferenciados, compiten por el patrocinio del consumidor”. (American Marketing Association (A.M.A), 2006, MarketingPower.com Dictionary of Marketing Terms).

1.2.2 Características del mercado de competencia monopolística

-Existen varios vendedores compitiendo por los mismos clientes. Cada empresa posee una reducida cuota de mercado.

-Gozan de productos diferenciados, es decir, los productos que ofrecen no son sustitutivos perfectos.

-No existen barreras de entrada y salida en el mercado, cualquier empresa puede formar parte del mercado, por lo que este se ajusta hasta que los beneficios son cero.

-Existen diferencias en los precios, al poseer las empresas productos diferenciados les da poder para aumentar o disminuir los precios.

-Los clientes están dispuestos a pagar diferentes precios por los productos al ser estos diferentes.

-Las empresas realizan actividades de mercadotecnia para que los compradores perciban sus productos como únicos, para ello investigan el mercado, invierten en publicidad, desarrollan nuevos productos...etc.

-Sigue la regla del monopolio para maximizar beneficios ($IM = CM$).

1.2.3. El modelo de competencia monopolística de Chamberlin

El modelo de *Chamberlin* analiza y explica los equilibrios a corto y largo plazo que se producen bajo competencia monopolística, una estructura de mercado formada por múltiples productores que actúan como monopolistas, aunque el mercado en su conjunto se asemeja a un mercado perfectamente competitivo. El economista *Edward H. Chamberlin* da nombre a este modelo, que desarrolló en su libro "*Theory of Monopolistic Competition*" (Teoría de la competencia monopolística) de 1933.

Hipótesis inicial

Para que este mercado funcione correctamente son necesarias una serie de hipótesis iniciales según *Chamberlin*:

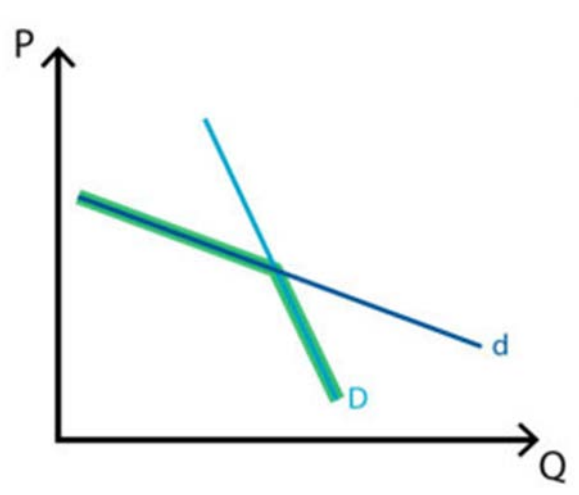
- Existe un gran número de empresas actuando en el mercado.
- Los consumidores perciben los productos como sustitutivos cercanos. La elasticidad cruzada de estos productos es alta pero no infinita.
- Los productos generados por las empresas son percibidos por ellas mismas como monopolios, aunque compartan el mercado con el resto de la industria.
- No existen barreras de entrada o salida al mercado.
- Movilidad total de los factores de producción
- Hay cierto grado de miopía del agente, en sentido de que no aprenden de los errores del pasado.

Demanda real y demanda percibida

Chamberlin incluyó en el modelo una diferencia entre demanda efectiva y demanda percibida. La demanda percibida por el usuario, d en la figura, se refiere a como la empresa cree que los consumidores actuaran respecto a su producto. En cambio, la demanda efectiva, D en la figura, se refiere a como los consumidores actuaran en base a sus percepciones sobre el mercado. Se enfrenta así la demanda que la empresa planea suministrar con la que finalmente el mercado actuará. En la figura podemos observar la demanda real, línea verde, que hace

referencia la elección de los consumidores donde se sitúa el mejor precio y la mayor cantidad posible. (Policonomics, 2020)

Figura 2: Demanda real y demanda percibida

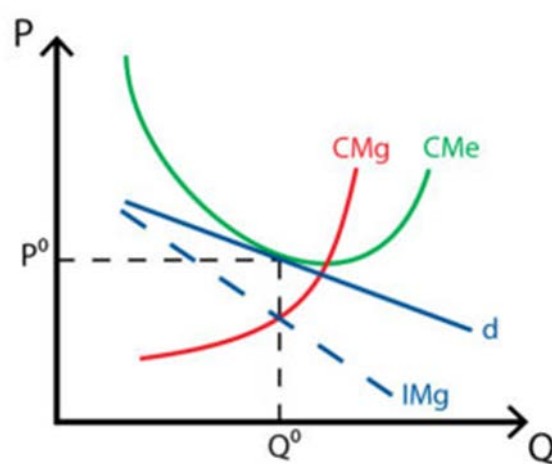


Fuente: Polinomics

Equilibrio a corto plazo

Como hemos visto en las hipótesis de partida, cada empresa va a actuar como monopolista en su mercado. Dadas sus curvas de demanda y coste, maximizarán los beneficios al producir el nivel de producción al cual el coste marginal es igual al ingreso marginal. Obtendrán o no ganancias, dependiendo de la estructura de costes. En nuestro ejemplo, no hay beneficios.

Figura 3: Equilibrio a corto plazo



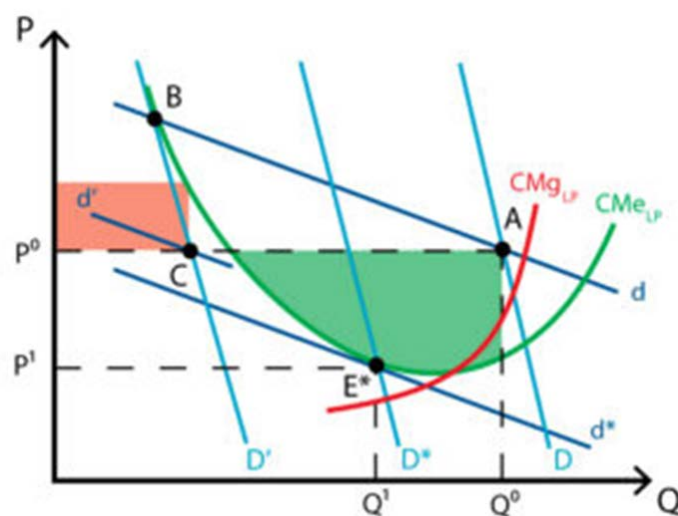
Fuente: Polinomics

Equilibrio a largo plazo

En esta situación las empresas pueden disminuir los precios de sus productos para atraer más consumidores, variando la estructura de costes. Vamos a considerar que la empresa se encuentra en equilibrio, A, y que debido a sus beneficios no posee incentivos para cambiar el precio. Sin embargo, los beneficios extraordinarios que la empresa está generando atraerán nuevos competidores al mercado. Aunque la demanda agregada en el mercado se mantiene, la entrada de nuevas empresas se traducirá en una caída de la demanda efectiva de la empresa. Esta caída en la demanda de la empresa se ilustra por el desplazamiento de la curva de demanda hacia la izquierda, de D a D y un nuevo punto de equilibrio se alcanzará en B.

Sin embargo, la empresa querrá recuperar sus niveles de beneficios anteriores y, por lo tanto, bajará su precio buscando atraer clientes. El resto de las empresas seguirá la misma estrategia para que no se pierdan clientes, por lo que los cambios en sus competidores y sus propias estrategias cambiarán la demanda percibida de la empresa, de d a d' . Un nuevo equilibrio se alcanzará en C , pero esta vez las empresas estarán incurriendo en pérdidas, ya que el precio será inferior al coste medio. Esta pérdida de beneficios causará la salida de las empresas del mercado, desplazando la demanda efectiva hacia la derecha y la demanda percibida hacia abajo, ya que cada empresa que permanece en el mercado aumentará su demanda individual. Este proceso se repetirá hasta que se alcance el punto de equilibrio, de D a D^* . En este punto de equilibrio, E^* , la curva de demanda será tangente al coste medio a largo plazo y al precio fijado a este nivel. Los beneficios serán iguales a cero y por lo tanto no habrá entrada o salida de empresas.

Figura 4: Equilibrio a largo plazo



Fuente: Polinomics

Conclusiones del modelo de competencia monopolística de Chamberlin

Este modelo analiza un mercado nuevo, situado entre competencia perfecta y monopolio, en el que demuestra que el número de competidores actuando en el mercado puede ser irrelevante y se pueden alcanzar resultados perfectamente competitivos ya que, en términos de bienestar y diferenciación de productos, este modelo de mercado es deseable.

1.3. Competencia VTC y Taxi

Visto el modelo de competencia monopolística, vamos a estudiar las tres empresas desde diferentes puntos de vista como son: el precio, el servicio y la publicidad, ya que son tres características decisivas a la hora de contratar una compañía u otra.

1.3.1 Competencia vía precios

Este es el factor más importante y por el que más compiten las empresas: ofrecer el mejor precio a los clientes. Puesto que existen varias alternativas, los usuarios pueden comparar en cuestión de minutos y elegir el que más se ajuste a sus necesidades. En competencia monopolística las empresas poseen poder sobre el precio por lo que pueden ajustarlo para proporcionarlo mejor que sus competidores, ganando poder de mercado y haciendo que sus beneficios crezcan en comparación a las demás empresas.

Los precios están en constante cambio, por lo que los datos recogidos en las siguientes tablas están actualizados al 2020, y como estos también distan dependiendo de la comunidad autónoma, hemos analizado los de la Comunidad de Madrid, ya que eran los que más servicios e información ofrecían. En el caso del Taxi, en Madrid se ha redactado un nuevo régimen tarifario que entró en vigor en enero de 2020 por lo que los datos que se reflejan en la tabla son actualizados a las nuevas tarifas.

- *Uber*. El precio que ofrece Uber no es fijo, depende de la oferta y la demanda en el momento de contratar la carrera, por lo que, si hay muchas personas a la vez solicitando un conductor y no se encuentran disponibles suficientes conductores, Uber incrementará su

valor. Al ser los precios dinámicos, Uber te proporciona tres alternativas: contratar su servicio con un precio más elevado, esperar a que se estabilice o instalarte una alerta que te avise cuando baje el precio. Los servicios que ofrece en Madrid van desde *UberX*, que es su servicio más económico, hasta *UberBlack* que es su servicio más premium. Como podemos observar en ningún servicio Uber cobra por la reserva, pero sí fija unos precios por si el cliente decide cancelar un viaje programado o no presentarse, tasas que no existen en sus competidores. Los valores que tiene en cuenta al realizar la operación para calcular el precio final, ya que el cliente lo conoce previamente a contratar sus servicios, son el salario base, el tiempo, la distancia y la demanda. A continuación, veremos cómo cada compañía calcula el precio de sus servicios de manera diferente.

Como hemos comentado, los precios de Uber varían dependiendo de la demanda, los datos mostrados en la siguiente tabla han sido recogidos un día lectivo de semana, por la tarde desde la misma aplicación de Uber para un recorrido en Madrid, puesto que actualmente nos encontramos retenidos en los domicilios por el confinamiento, no existe gran demanda. Hemos consultado el precio durante varios días de la semana y estos se han mantenido estables siendo los siguientes:

Figura 5: Precios de los servicios de Uber

	Precio Base	Precio de reserva	Precio mínimo	Precio por min	Precio por km	Precio por no presentación	Precio por cancelación	Precio por min de espera
UberX	0,15 €	- €	3,50 €	0,15 €	1,08 €	3,50 €	3,50 €	0,15 €
UberVan	3,50 €	- €	8,00 €	0,45 €	1,45 €	8,00 €	8,00 €	0,45 €
UberBlack	3,50 €	- €	8,00 €	0,50 €	1,55 €	8,00 €	8,00 €	0,50 €
Taxi	2,50 €	- €	0,00 €	0,15 €	1,11 €	2,50 €	2,50 €	0,37 €

Fuente: Elaboración propia a partir de Uber Technologies

• *Cabify*: A diferencia de Uber, el precio que ofrece Cabify es fijo. Este únicamente aumentará en el caso de que el cliente realice cambios en el viaje, realice una parada o pase por peaje. Como podemos ver en el desglose de precios de la tabla, Cabify proporciona un tiempo de cortesía en el caso de espera o cancelación del viaje en el que no incrementa el valor del recorrido, situándose en una posición intermedia entre Uber, que posee precios fijados para estos casos y el taxi, que no cobra si el usuario no se presenta. Cabify posee unas tasas fijas del 4% del viaje en concepto de servicio, seguridad y sostenibilidad, que puede consultarlo al contratar el viaje al igual que al terminarlo, ya que envía la factura al correo electrónico con el desglose de precios del trayecto, a diferencia de sus competidores, Cabify envía la factura al instante, Uber 24-48 horas después y en mi experiencia, taxi nunca me ha proporcionado la factura al pagar el servicio. Las operaciones llevadas a cabo para calcular el precio final, en este caso es el montante resultante del salario base, el tiempo, los kilómetros y las tasas de servicio. Los precios de la tabla han sido consultados en las mismas circunstancias que los de Uber.

Figura 6: Precios de los servicios de Cabify

	Precio por km	Precio por min	Tasa de servicio, seguridad y sostenibilidad	Tarifa mínima petición inmediata	Tarifa mínima de reserva	Tiempo mínimo de reserva	Tiempo de espera sin coste	Tiempo de cancelación sin coste
CabifyLite	1,01 €	0,12 €	4% del viaje	3,50€ Centro 5,50€ Periferia 12€ Provincia 10€ Aeropuerto	15€ Centro 20€ Periferia	6 horas	5 min	1 hora
Kids	1,01 €	0,12 €	4% del viaje 2€ suplemento kids	3,50€ Centro 5,50€ Periferia 12€ Provincia	15€ Centro y Periferia 20€ Provincia	6 horas	5 min	1 hora
Executive	1,75 €	0,30 €	4% del viaje	15€ Centro 15€ Periferia 25€ Provincia 15€Aeropuerto	20€ Centro y Periferia	6 horas	5 min	1 hora
Group	2,20 €	0,30 €	4% del viaje	10€ Centro 20€ Periferia 50€ Provincia 25€ Aeropuerto	35€ Centro 50€ Provincia 35€ Periferia	6 horas	5 min	1 hora
Taxi/AccessTaxi	Categoría regulada por el Ayuntamiento de Madrid mediante taxímetro							

Fuente: Elaboración propia a partir de Cabify Precios

• *Taxi*: Este servicio funciona diferente a los VTC, ya que el precio no es impuesto por ellos, sino por las entidades públicas a través del taxímetro, encargado de calcular el precio final durante la carrera. El precio del servicio del taxi se actualizó por última vez en 2014, hasta enero de 2020 donde ha vuelto a variar, incrementando su valor. Como podemos observar el precio del taxi varía dependiendo del horario, el día y el lugar. Este se calcula de acuerdo a tres tarifas fijadas como son: la bajada de bandera o precio de inicio del servicio, esta cifra se suma automáticamente al iniciar el trayecto, el precio por kilómetro que se incrementa conforme avanza el taxi y el precio por hora, que aumenta el valor del trayecto si hacemos esperar al conductor, en los semáforos o atascos y cuando el taxi avanza muy despacio. Una actualización que han introducido con el cambio de tarifas de este año, es la opción de precio cerrado, esto consiste en que cuando el cliente contrate el servicio del taxi vía app o radioemisora, estos le proporcionarán un precio fijo y al montarse en el taxi el conductor calculará un precio con el taxímetro, finalmente el cliente pagará la cantidad menor entre el precio precontratado o el taxímetro.

Figura 7: Precios de los servicios del taxi

	Aplicación	Precio inicio del servicio	Precio por km	Precio por hora
Tarifa 1	Días laborables de L-V de 07-21H	2,50 €	1,10 €	22,00 €
Tarifa 2	De L-V de 21-07H y S-D y Festivos de 07-21H	3,15 €	1,35 €	25,30 €
Tarifa 3	Viaje con origen en las paradas de taxi del aeropuerto y destino fuera de la M30	20,00 €	1,10 €	22,00 €
Tarifa 4	Viajes con origen o destino en el aeropuerto y origen o destino en el interior de la M30	30,00 €	- €	- €
Tarifa 7	<ul style="list-style-type: none"> *Paradas de taxi en las estaciones de tren Atocha y Chamartín * Paradas de taxi en las estaciones de autobuses de Av. América y Sur Méndez Álvaro * Recinto del Parque Ferial Juan Carlos I 	7,50 €	1,10 €	22,00 €

Fuente: Elaboración propia a partir del Ayuntamiento de Madrid

Una vez que hemos visto las tarifas de cada servicio y como calcularlas, vamos a ponerlas a prueba en la práctica. A continuación, vamos a realizar una simulación de contrato de los tres servicios y estudiaremos cual es más rentable en un recorrido corto y cual en uno largo. El estudio se ha realizado a través de las páginas web y aplicaciones de Uber y Cabify. En el caso del taxi, el cálculo aproximado se ha realizado en la página web (<https://www.taxi-calculador.es/costes-de-taxi>) donde se encuentran las tarifas actualizadas al nuevo régimen.

El recorrido realizado se llevará a cabo en Madrid, con origen Avenida de Menéndez Pelayo y destino la Puerta del Sol, una distancia de tres kilómetros y un tiempo de diez minutos aproximadamente. Para esta carrera y con la tarifa actualizada del taxi a 2020, el precio que ofrece es de 7,40€ aproximadamente, ya que puede variar debido a semáforos, tráfico u otras fluctuaciones durante el recorrido. Por el otro lado, el precio de contratar un VTC sería el siguiente, en el caso de Uber en el que el precio también puede variar, este sería de 5-7€ con su servicio económico de UberX, y de 5,60€ en el caso de CabifyLite. Como podemos observar los que más compiten en precio son las VTC, ya que ofrecen precios similares, en este caso para una distancia corta el servicio del Taxi se sitúa por encima de los VTC en dos euros aprox.

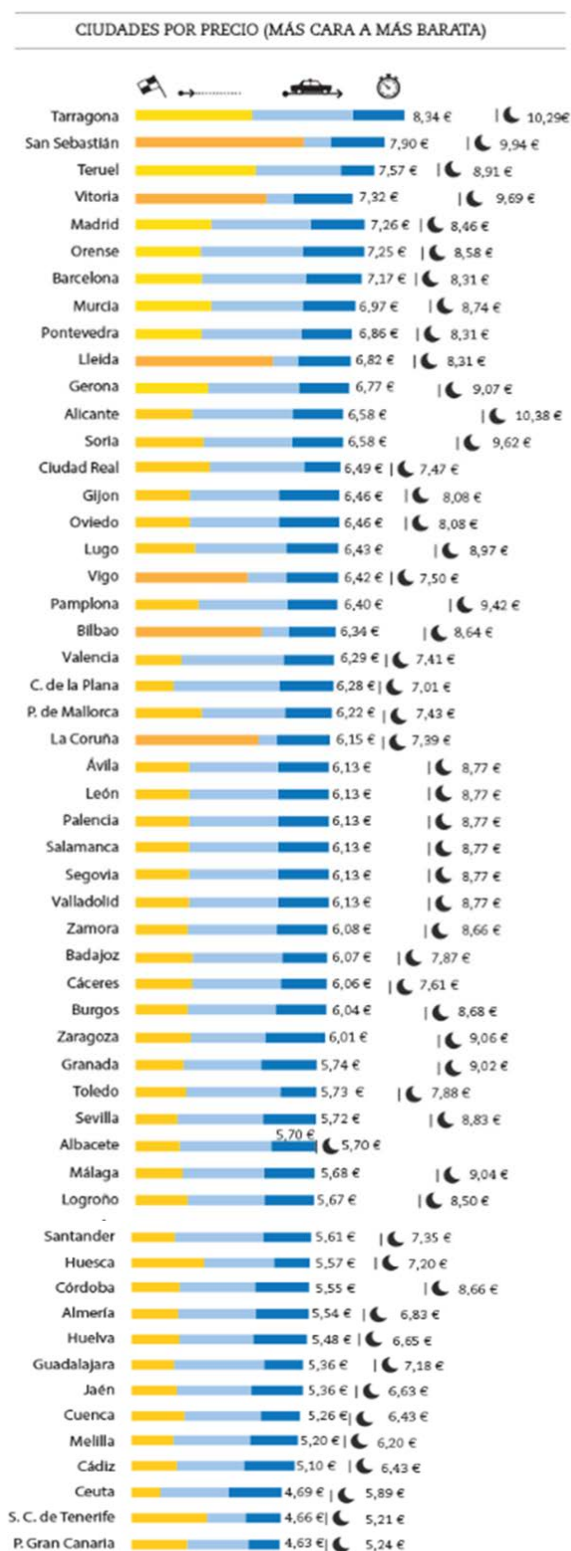
El siguiente recorrido que vamos a llevar a cabo comienza con origen Carabanchel y destino Alcobendas, una distancia de veintinueve kilómetros y un tiempo de treinta minutos aproximadamente. En este caso, en una carrera más larga, el precio del taxi se sitúa en 37,10€ aprox y en el caso de los VTC, Uber asciende por encima del taxi a un precio de 35-45€ utilizando el mismo servicio que en la anterior carrera, y Cabify en 32,19€ con su servicio económico. En este caso, para una mayor distancia el servicio más económico es el de Cabify que además es precio cerrado, por lo que no le influye el tráfico, y a diferencia de la distancia corta, Uber es el que ofrece el precio más alto compitiendo desde cerca con el taxi.

En conclusión, tanto en una carrera corta como en una larga el servicio más económico es el del Cabify. En cuanto a Uber y el taxi, en una distancia corta Uber es más económico compitiendo con Cabify, pero en una distancia larga es el servicio más caro de los tres, compitiendo con el taxi.

Este estudio es válido para la Comunidad de Madrid, pero no para toda la península, ya que las tarifas del taxi varían en cada ciudad, por lo que su competencia vía precio con los VTC

puede ser mayor o menor dependiendo de donde se encuentre, como podemos ver en el siguiente gráfico en el que aparece el precio del taxi en 54 ciudades, existe una diferencia de pagar el doble por el mismo servicio si te encuentras en Tarragona o Canarias. Este estudio fue realizado por la OCU para una distancia corta de tres kilómetros y cinco minutos de espera y los resultados son sorprendentes. En nuestro caso, Murcia pese a contar con menos población que otras ciudades como Valencia, se sitúa en los puestos más altos del ranking pese que los sueldos también son más bajos que los de otras ciudades que se encuentran en puestos inferiores.

Figura 8: Precios del taxi por Comunidad Autónoma



Fuente: OCU

1.3.2. Competencia vía publicidad

Es curioso lo distinta que es la publicidad en VTC y en taxi, ya que los primeros se dedican a publicitarse a ellos mismos y el taxi por el contrario anuncia a otras empresas. Pese a clasificarse el taxi como un transporte privado, es un servicio público regulado por entidades públicas, por lo que la decisión de la publicidad no depende de ellos. Tras años de lucha para poder portar anuncios en sus coches, no fue hasta el verano de 2014 que se aprobó que pudieran llevar publicidad tanto en el interior como en el exterior, pero esta publicidad es totalmente opuesta a la de los servicios VTC, ya que los anuncios que viste el taxi son de otras empresas, por lo que los conductores cobran por llevarla, ya que actúan como “*vallas publicitarias portátiles*”. Son numerosos los taxis que circulan por las ciudades y los recorridos que hacen, así que los conductores se lucran directamente con los anuncios que pasean en sus vehículos.

Por el contrario, en los VTC, tanto en Uber como en Cabify, la publicidad que llevan en sus coches es sobre ellos mismos, manera también de identificarlos, ya que los coches de ambos servicios son todos negros, distintivo de los VTC, pero pasan desapercibidos en la ciudad junto los coches particulares. Gracias a la publicidad que les añaden a los vehículos en donde se puede leer su marca, un eslogan... es fácil identificarlos cuando los están esperando para iniciar el servicio. Pero la publicidad en estas compañías no se queda aquí, utilizan diferentes medios para recordar al usuario su servicio: mediante redes sociales, vallas publicitarias en el centro de la ciudad, anuncios publicitarios e incluso el correo electrónico de sus clientes, a los que informan de todas las novedades, descuentos y servicios todas las semanas para tenerlos al día de las actualizaciones, y recordar su existencia. Ambos servicios invierten en campañas y le prestan especial importancia a la publicidad como fuente de ingresos, este 2020 Uber ha firmado un acuerdo con la firma publicitaria *Adomni* para añadir publicidad en la parte superior de los coches donde se anunciará a él mismo, y este mismo año Cabify lanzó la primera campaña que cambiaba en tiempo real según las necesidades de los clientes, se trataba de *mupis interactivas* que dependiendo del tiempo en la ciudad mostraba cuantos patinetes eléctricos habían libres en caso de hacer sol o cuantos coches habían disponibles en caso de lluvia.

1.3.3. Competencia vía servicio

Debido a la situación de confinamiento no me ha sido posible realizar una encuesta a pie de calle para conocer la elección de los clientes de un servicio u otro, por lo que utilizaremos un estudio reciente realizado por la *OCU* en diez ciudades españolas (*OCU* pone a prueba los servicios de taxi, Uber y Cabify, 2018) en el que se obtuvieron los siguientes resultados:

- *El vehículo*: Cabify encabeza el puesto debido a la limpieza tanto interior como exterior del coche, así como las botellas de agua y revistas que incluye el vehículo para los clientes durante el trayecto. El taxi se lleva el peor puesto con diferencia de los otros dos servicios debido a la existencia de imágenes y objetos personales en el interior de los coches que distan de la imagen sobria de los VTC. También recalcan los encuestados la mala limpieza y el mal estado de dispositivos de seguridad en los taxis.

- *El conductor*: En este apartado son vencedores los VTC, ya que sus conductores muestran una imagen impecable al público, tanto en higiene, como en vestimenta (su uniforme suele ser un traje) como los modales. En cambio, los conductores de los taxis se han encontrado durante el estudio a diferentes tipos, varios de ellos con aspecto y modales más informales.

- *El recorrido*: Los tres servicios utilizan Google Maps para realizar el recorrido más efectivo, aunque algunos no lo hicieran elegían el mismo recorrido que proporcionada Google. Otros en cambio, que elegían su propia ruta, era más lenta que la que ofrecía la aplicación, en esto sale perdiendo el taxi, ya que en los otros servicios conoces el precio del trayecto y aunque el conductor tarde más el precio no asciende, en cambio en el taxi sí que aumenta en dinero una elección más larga del recorrido por parte del conductor. Según la *OCU* el 95% de los taxistas no preguntan la preferencia de ruta por parte del cliente, esto en la práctica es obligatorio.

La competencia en el servicio son ganadores los VTC frente al taxi ya que prestan un vehículo, trato y recorrido mejor que el de los taxis como acabamos de ver.

2. Descripción de las empresas y el mercado

Hasta el año 2012 el taxi poseía el monopolio del transporte de personas en las ciudades, pero con la puesta en marcha de Cabify y la llegada en 2014 de Uber este mercado de monopolio que presidía el taxi pasó a un mercado de competencia monopolística, ya que, aunque estos últimos actuaran como VTC, prestaban un servicio similar a un precio distinto entre ellas.

Dentro de este punto vamos a analizar las tres empresas, conociendo su fundador y fundación, así como sus características desde la visión del mercado de competencia monopolística, veremos cuáles son las cualidades que hacen que aun pareciendo que prestan el mismo servicio, cada una posee su segmento de mercado que hace que a la hora de escoger sus servicios te decantes por una empresa u otra.

2.1. Uber

Uber es una empresa estadounidense que actúa de intermediario, conectando a través de su propia aplicación a usuarios y conductores, proporcionando un servicio de transporte terrestre de personas.

2.1.1. Puesta en marcha del negocio.

Esta startup nació de la mano de dos empresarios: *Travis Kalanick* y *Garrett Camp*.

El primero de ellos, *Travis Kalanick* (6 de agosto de 1976) nacido en Los Ángeles, California, Estados Unidos, hijo de ingeniero civil y publicitaria, estudió ingeniería informática en la Universidad de California, compaginando sus estudios con el trabajo de vendedor de

cuchillos a domicilio, pero abandonó la carrera en el último año para crear junto a seis compañeros una red *peer-to-peer* a la que llamaron *Scour Inc*, pero en el año 2000 debido a una demanda tuvieron que subastar la empresa al no tener suficiente dinero para hacer frente a las demandas millonarias impuestas.

En 2001, *Travis* junto a otro compañero que también formaba parte de la anterior empresa, crearon *Red Swoosh*, compañía de intercambio de archivos y que posteriormente en 2007 fue vendida a *Akamai Technologies* por 19 millones de euros. Convirtiendo al cofundador de Uber en millonario.

Posteriormente a la venta de *Red Swoosh*, *Kalanick* se dedicó a viajar durante un año con el dinero ganado, en 2008 junto a *Garrett Camp* surge la idea de Uber, y en 2010 el negocio ya estaba en marcha.

En 2017 y debido a una serie de escándalos asociados a él tuvo que renunciar a CEO de Uber, pero siguió formando parte de la compañía y mientras seguía dentro de ella, un año después de la renuncia creó *10100*, un fondo de inversión de capital de riesgo para la financiación de nuevos proyectos.

En 2019 *Kalanick* vende sus acciones de Uber por más de 2.500 millones y renuncia a la Junta Directiva para, dicho por el mismo, "*Centrarse en sus nuevos negocios y esfuerzos filantrópicos*".

En la actualidad, se encuentra realizando conferencias y llevando a cabo dos empresas, la anterior mencionada *10100* y desarrollando *CloudKitchens* que se dedica al alquiler de espacios a empresas de comida a domicilio.

En la siguiente tabla podemos observar lo desarrollado anteriormente clasificado por años, las empresas que ha creado y fundado *Travis Kalanick* a los 44 años de edad. Así podemos examinar de manera visual todos sus logros desde su primera empresa hasta la actualidad.

Figura 9: Historia de Travis Kalanick

Años	Historia
1994	Ingeniería Informática en la UCLA
1998	<i>Scour Inc</i>
2001	<i>Red Swoosh</i>
2007	Venta a <i>Akamai Technologies</i>
2008	Idea de <i>Uber</i>
2017	Renuncia como Ceo de <i>Uber</i>
2018	Crea <i>10100</i>
2019	Vende sus acciones de <i>Uber</i>
Actualidad	Desarrollo de <i>CloudKitchens</i>

Fuente: Elaboración propia

El segundo fundador de Uber es *Garrett Camp* (4 de octubre de 1978) nacido en Canadá, hijo de artista y economista, estudió ingeniería eléctrica en la Universidad de Calgary, licenciándose en 2001, posteriormente obtuvo una maestría en ingeniería de software.

En 2002 *Garret* junto a dos compañeros fundaron *StumbleUpon*, una plataforma para descubrir contenido y entretenerse en internet. En 2006 recibieron financiación de Silicon Valley, por lo que trasladaron su negocio a San Francisco y en 2007 fue comprada por *Ebay* por 68 millones de euros, aunque dos años más tarde, en 2009 lo volvieron a adquirir para en 2018 transformarse en la compañía *Mix* presidida por él.

En 2008 *Garret* creó la idea de negocio *Uber*, que desarrolló junto a *Travis Kalanick* y en 2010 la compañía ya estaba en marcha, sin renunciar a *StumbleUpon*.

Años más tarde, en 2013 construyó una nueva empresa, *Expa*, una red que se encarga de ayudar a nuevos fundadores con la experiencia y la financiación, actuando como una incubadora de nuevas startups. Esta empresa continua en la actualidad junto a *Garret*.

Actualmente se encuentra desarrollando *Eco*, así ha llamado a su criptomoneda que asegura será el futuro.

En la siguiente tabla podemos observar el recorrido del incansable empresario *Garret Camp*, quien, sin descanso, desde que comenzó a formarse ha creado y desarrollado numerosas empresas, no dándose por vencido con ninguna de ellas y aunque en este trabajo nos vamos a centrar en Uber, es interesante conocer quién está detrás de esta gran y exitosa compañía.

Figura 10: Historia de Garret Camp

Años	Historia
2001	Termina los estudios de ingeniería y la maestría de software
2002	<i>StrumbleUpon</i>
2007	Compra <i>StrumbleUpon</i> por Ebay
2008	Idea <i>Uber</i>
2009	Vuelve a comprar <i>StrumbleUpon</i>
2010	Puesta en marcha de <i>Uber</i>
2013	Funda <i>Expa</i>
2018	Convierte <i>StrumbleUpon</i> en <i>Mix</i>
Actualidad	Desarrollando <i>Eco</i> y dirigiendo <i>Uber</i> y <i>Mix</i>

Fuente: Elaboración propia

2.1.2. Idea de negocio y características de Uber

Comenzaremos introduciendo la empresa, cómo surgió la idea de negocio de la mano de los fundadores mencionados en el punto anterior, y terminaremos con las principales características de la compañía desde el punto de vista del mercado de competencia monopolística.

Existen diferentes versiones sobre si la idea de Uber surgió de ambos fundadores o fue *Garrett Camp* quien tuvo la idea y posteriormente la desarrolló junto a *Travis*, pero de acuerdo con este último, siempre ha reconocido que el creador fue Camp.

La primera idea de Uber nació de la mano de *Garret*, debido a que una noche vieja se gastó junto a unos amigos 800 dólares en un coche con chofer privado, por lo que empezó a darle vueltas a la idea de crear una empresa que dispusiera de coches con chofer privado a un precio más asequible, aunque no fue hasta finales de 2008 que en una conferencia de tecnología en París en la que asistieron ambos fundadores surgió el concepto de Uber que conocemos en la actualidad, debido a que les fue imposible conseguir un taxi en la ciudad. Con la idea sobre la

mesa, comenzaron a desarrollarla y en 2009 crean una aplicación en la que obtener un viaje con tan solo pulsar un botón en tu móvil, sin tener que llamar ni andar hasta una parada de taxi.

El primer prototipo fue creado por *Garrett Camp, Oscar Salazar y Conrad Whelan* con *Travis Kalanick* como asesor a partir de marzo de 2009. La startup comenzó con el nombre de *UberCab* y no consistía en un servicio similar al del taxi que conocemos en la actualidad, sino que la primera idea consistía en un servicio de limusinas negras que costaba 1,5 veces más que el servicio del taxi de San Francisco, pero después de darle una vuelta a la idea llegaron a la conclusión de que lo que querían no era una limusina, sino un simple auto que los llevara a donde necesitaran con tan solo enviar un SMS.

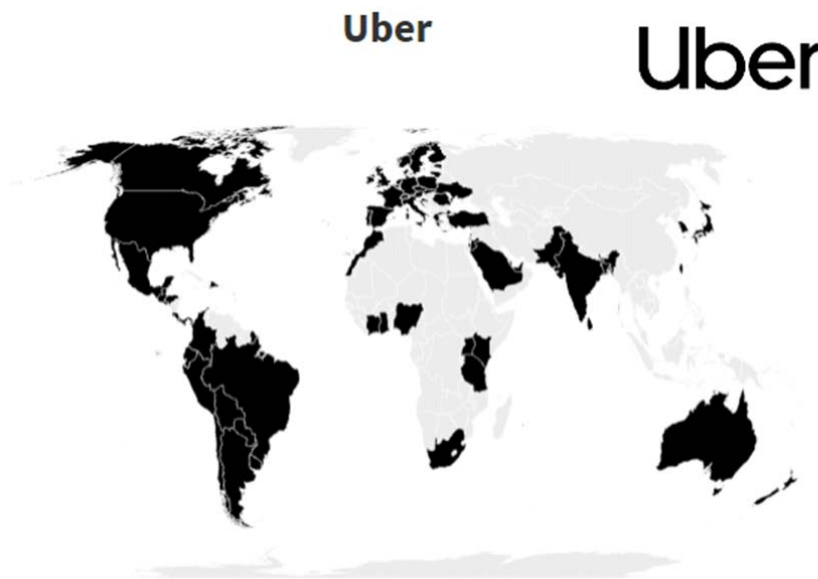
En Julio de 2010 la empresa ya estaba funcionando en el mercado y *Garret* y *Travis* buscaban nueva financiación, por lo que aprovecharon el evento del Open Angel Forum en los Laboratorios Dog Patch de San Francisco para comenzar con la recaudación, a la que le siguieron posteriores inversiones de empresas mundialmente conocidas como *Jeff Bezos* (fundador de Amazon), *Google Ventures* o *Baidu* entre los más importantes.

En 2019 Uber salió a bolsa donde “*Uber valdría 120.000 millones de dólares*” según *Morgan Stanley*, aunque finalmente y debido a pérdidas, la salida a bolsa situó a la empresa en una cifra entre 80.000 y 90.000 millones de dólares (The New York Times, 2019).

Como hemos visto, una idea que surgió una noche en París entre dos amigos y que comenzó con tres coches en San Francisco, se ha expandido demográfica y económicamente hasta llegar a prestar sus servicios en 900 ciudades distribuidas en 70 países, de acuerdo con su página web.

En el siguiente gráfico podemos observar los países en los que Uber opera en 2020 y como en tan solo diez años ha conseguido expandirse con tanta rapidez.

Figura 11: Países en los que ofrece sus servicios Uber



Fuente: Bussines Insider,

Ahora que ya conocemos el recorrido de la empresa y sus fundadores vamos a centrarnos en sus características, estas son lo más importante dentro del mercado monopolístico, ya que las hacen diferenciarse de los demás servicios, la hacen atractiva. Igual de importantes son los numerosos servicios que ofrecen, y que la hacen posicionarse por encima de sus competidores al tener un abanico de posibilidades y precios que se adapten al mercado actual y a la necesidad de cada cliente, en una lucha continua por obtener el monopolio de transporte.

Las principales características que la diferencian de la competencia son, en relación con su aplicación móvil y que es básicamente en lo que consiste Uber:

-Le facilitan al usuario una fotografía del conductor que prestará el servicio, así como el modelo del coche y su matrícula.

-La aplicación posee un chat para que pueda comunicarse con el conductor y que avise de la llegada a su destino, además del número de teléfono por si necesitan ponerse en contacto.

-Uber acepta diferentes formas de pago. Al crear la cuenta, la aplicación posee una sección llamada “*Formas de pago*” en la que puede añadir la tarjeta de crédito, tarjeta de débito, PayPal o Apple Pay, pero si prefiere pagar en efectivo también es posible marcando la opción cuando contratas el trayecto. Incluso en el momento del pago permite dividir la cantidad desde la aplicación con amigos si ha contratado el viaje entre varios, y que al finalizar el viaje sea la aplicación directamente la que cobre el importe a cada uno con la opción “*División de Precios*”.

-Permite conocer el importe del recorrido antes de contratarlo además del tiempo que va a tardar en llegar a al destino, de esta manera no tiene que preocuparse del camino escogido o si no tiene suficiente dinero para pagarlo. El precio del viaje varía en función de los kilómetros y el tiempo en llegar a su destino, si la tarifa es más elevada de lo normal, esto se debe a la *aplicación de precios dinámicos*, que se basan en el número de conductores que haya de servicio y el número de usuarios solicitando viajes, además de otras variables como el tráfico, etc. (Uber Inc, 2020).

-La aplicación posee un mapa GPS en el que al contratar el servicio puede ver en directo a que distancia está el conductor y lo que va a tardar en recogerle.

-Uber permite la opción de valoración, y es que, al llegar a su destino, tanto el conductor como el viajero se valoraran mutuamente con una puntuación de 1 a 5 estrellas, de esta manera, cuando contrate un servicio podrá ver la valoración de los conductores. Esto también hace que el trato del conductor sea mejor que si no existiera la valoración, ya que cuanto mejor puntuación obtenga, más opciones de que contraten sus servicios tendrá.

-Una de las características más importantes y que hace que, sobre todo, la gente joven se decante por este servicio y no por el taxi, es la cantidad de descuentos que ofrece esta aplicación, y que hace que el precio de sus servicios se vean tan reducidos, y es que, en competencia monopolística, tener los mejores precios acompañados de un buen servicio es crucial frente a los competidores.

Una vez que ya conocemos como contratar un servicio de Uber y las características de su aplicación, vamos a conocer la variedad de vehículos que tiene disponible y a los que a cada uno le ha impuesto un precio diferente, de acuerdo con el modelo de competencia monopolística

en el que no existe un precio fijado, cada empresa establece libremente el precio de sus servicios, para así competir con las demás empresas.

Uber posee diferentes gamas de coches que se ajustan a las necesidades de cada cliente. Entre ellos se encuentran los siguientes (disponibles en España):

Figura 12: Servicios y características de Uber



Fuente: Uber Categoría de vehículos en España

Como podemos ver, actualmente en la península, Uber presta cinco servicios, dependiendo de las plazas y la gama:

Para cuatro pasajeros puedes escoger entre *UberX*, es el servicio más asequible y el primero en aparecer cuando vas a contratar un viaje. *Comfort*, son vehículos amplios y cómodos con los

conductores mejor valorados. *Black*, son viajes en vehículos de alta gama desde Audi hasta Jaguar entre otros. También disponen desde el 22 de noviembre de 2019 el servicio de *Taxi*, de acuerdo con el director de Uber en España, *Juan Gallardo* "*La integración del taxi en nuestra plataforma es una alianza beneficiosa para todos. Para nuestros clientes, que verán reducidos sus tiempos de espera, para los taxistas, que verán crecer sus ingresos, y para Madrid, que será pionera en España en integrar taxis y plataformas en un modelo de convivencia*". Y, por último, hasta seis pasajeros Uber tiene disponible *Van*, viajes económicos para grupos grandes.

Pero los servicios que ofrece Uber no se limitan únicamente al transporte de personas con chofer, sino que también dispone de:

-*UberEats*, puesto en marcha en 2015, en Chicago y actualmente disponible en España, consiste en un servicio de comida a domicilio que puede contratar directamente desde su aplicación. Posee gran variedad de restaurantes y puede observar gracias a su GPS como el conductor se dirige a la entrega del pedido a tiempo real.

-*Jump*, empresa comprada por Uber en 2018, disponible también en España. Consiste en el alquiler de bicicletas y patinetes eléctricos a través de su aplicación.

-*Coches autónomos*, lanzado en 2016, en Pittsburgh, aunque este servicio no está disponible todavía en España. Uber cree firmemente que este será el futuro, a pesar de haber tenido problemas con este proyecto. En Arizona, un coche autónomo de Uber atropelló a una mujer que cruzaba la carretera distraída.

Llegados a este punto ya conocemos quien creó la empresa, cómo surgió la idea de negocio y lo más importante, sus características y servicios que la hacen estar en continua competencia con sus enemigos en España: Cabify y Taxi, y que en competencia monopolística están en continua mejora por hacerse con el segmento del mercado de su competidor.

2.2. Cabify.

Cabify es una empresa española que actúa de igual manera que Uber, ejerciendo de intermediarios a través de su propia aplicación, conectando usuarios y conductores para el transporte terrestre de personas.

2.2.1. Puesta en marcha del negocio

Cabify fue fundada por *Juan de Antonio Rubio* (1979) nacido en España y criado en un pueblo de Segovia, de familia regente de un hotel rural estudió ingeniería de telecomunicaciones en la Universidad Complutense de Madrid, con una media de notables. Al mismo tiempo que realizaba sus estudios trabajó de repartidor y camarero. Al acabar sus estudios de ingeniero en el 2002 comenzó a trabajar de ello, pero lo abandonó al poco tiempo ya que, dicho por el mismo, “*Empecé a entender que las empresas son las que generan trabajo y las que realmente mueven la economía y que, para entender el mundo, hay que entender a las empresas*” por ello estuvo tres años trabajando en *The Boston Consulting Group*, una consultora estratégica, aprendiendo de negocios y gracias a una beca Fulbright se marchó en 2008 a cursar un MBA a la Universidad de Stanford. Fue en California donde conoció a emprendedores, entre ellos *Adeyemi Ajao* (fundador de *Tuenti*) que fue uno de los primeros inversores de Cabify. En 2010, con sus estudios acabados probó a introducir bicicletas eléctricas junto con la compañía *Zero*, pero esta idea fracasó y gracias a ello, en 2011 fundó la compañía Cabify hasta la actualidad, que se encuentra desempeñando la función de CEO en su empresa junto a cuatro amigos: *Vicente Pascual, Adrián Merino, Sam Lown y Francisco Montero*, algunos de ellos amigos desde la infancia, con los que ha logrado sacar a delante a Cabify y llevarla tan lejos. (El Español, 2018).

En la tabla podemos observar el recorrido de *Juan de Antonio*, el cual ha sido más teórico que práctico, ya que no ha pasado por la creación de tantos startups como los fundadores de Uber.

Figura 13: Historia de Juan de Antonio Rubio

Años	Historia
2002	Termina Ingeniería de Telecomunicaciones
2002	Comienza a trabajar de ingeniero
2004-2007	Se une a <i>The Boston Consulting Group</i>
2008-2010	MBA a la Universidad de Stanford
2010	<i>Zero Motorcycles</i>
2011- Actualidad	Funda <i>Cabify</i>

Fuente: Elaboración propia a partir LinkedIn

2.2.2. Idea de negocio y características de Cabify

Comenzaremos hablando sobre cómo surgió la idea de negocio de Cabify y cuáles son las características y servicios que la hacen ser más atractiva frente a sus competidores.

Cabify nació de la idea de cuidar el medio ambiente y utilizar los huecos que ocupan los coches en las calles para plantar árboles, crear zonas verdes o darles otro uso distinto al de un parking. Esta idea sigue en la actualidad, ya que a la empresa le acompaña el eslogan “*Libres de CO2*” siendo la primera plataforma de movilidad neutra de emisiones de carbono. *Juan de Antonio*, expone en una ponencia en Microsoft, que la idea principal era reemplazar los vehículos particulares dentro de las ciudades, ya que la idea de vehículo, para generaciones pasadas, estaba asociada a un status o independencia, pero en la actualidad, en las grandes ciudades es cada vez más difícil gestionar dicho vehículo, por lo que de esta idea surgió Cabify, una alternativa de moverte por la ciudad sin la necesidad de comprar un coche. Es de destacar que es una empresa española, que nació en España y que tributa también dentro del país. (Ponencia de Juan Antonio en Microsoft, 2016).

Cabify se originó en el 2011 en Madrid, con una flota de sesenta y cinco VTC, y entonces no era competencia directa de Uber, ya que Uber se dedicaba a las limusinas, por lo que estaban en un mismo mercado, pero ofreciendo servicios diferentes, muy distinto de la actualidad, en la que las dos empresas se encuentran luchando en el mismo mercado de competencia monopolística, ofreciendo el mismo servicio a precios similares.

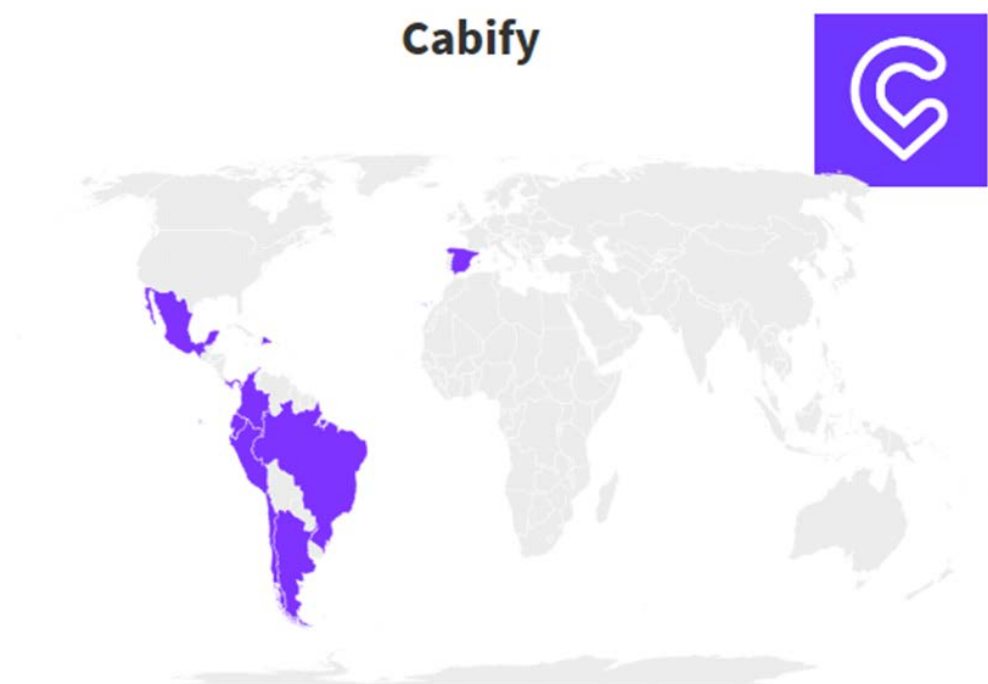
En su primera ronda de inversión recaudó cuatro millones de dólares, y tan solo un año después de su puesta en marcha en España, Cabify se lanzó a México, Chile y Perú, donde actualmente recibe la mayor parte de sus ingresos, siendo líder en el mercado de América Latina. En su segunda ronda de inversión, recaudó ocho millones de dólares de la mano de *Seaya* (empresa de capital de riesgo y privado), con lo que consiguió afianzar su posición en Latinoamérica. Actualmente, *Rakuten* es el mayor inversor de Cabify, de la que controla el 47%, debido a las inversiones que ha ido realizando a la empresa durante sus años de expansión, de donde se estima que ha invertido más de doscientos treinta y dos millones de euros (Ecommerce, 2019). Actualmente, Cabify es la primera empresa española nombrada empresa unicornio, debido a que, en su última ronda de financiación, la compañía alcanzó los mil cuatrocientos millones de dólares.

Las últimas noticias de Cabify en 2020 es su salto a bolsa, aunque todavía no ha salido, a diferencia de su competidor Uber, prevé hacerlo a medio plazo ya que ha hecho historia en el sector VTC, al lograr en el cuarto trimestre del 2019 unas ganancias de veintinueve millones de dólares. (El confidencial, 2020).

Cabify, una empresa que nació en un piso de Madrid de la mano del español *Juan de Antonio* y que tan solo nueve años después se encuentra en más de noventa ciudades repartidas en once países. (Cabify, 2019).

En la siguiente figura podemos visualizar su expansión demográfica, los países en los que se encuentra desde que empezó en Madrid y su rápida expansión a Latinoamérica.

Figura 14: Pises en los que ofrece sus servicios Cabify



Fuente: Bussines Insider.

Puesto que acabamos de ver la historia de Cabify y su fundador, ahora vamos a conocer sus características y servicios desde el punto de vista del mercado monopolístico, y aunque su diferencia con Uber es leve, veremos que ofrece Cabify para que, a la hora de contratar un servicio de transporte con chofer, los clientes le escojan a él y no a la competencia.

En el punto anterior (1.1.2), al conocer las características de Uber, vimos su aplicación para el móvil desde donde se contratan sus servicios y esta no dista en gran profundidad de la de Cabify, por lo que no hablaremos de su aplicación en este punto, sino de sus servicios, ya que en España Cabify ofrece más variedad que Uber, aunque a un precio similar, puesto que ambas compiten en competencia monopolística por hacerse con un segmento más grande de mercado.

Lo que caracteriza a Cabify frente a sus competidores es el trato al pasajero, y es que ha conseguido un nivel de satisfacción muy elevado, ya que cuida todos los detalles al máximo,

como por ejemplo, que el cliente pueda elegir su propia música, wifi gratuito, botellas de agua e incluso que el chofer le recoja con un cartel en el aeropuerto, estos detalles hacen que el usuario vuelva a repetir su experiencia con esta empresa, y en una lucha continua con tantos competidores es algo decisivo.

La variedad de gamas de coches que ofrece Cabify en España, son los siguientes, de acuerdo con su aplicación en España:

Cabify Lite: Es su servicio más económico y el rival directo de *UberX* al tener precios similares, ya que en competencia monopolística cada empresa es libre de fijar los precios, Cabify creó este servicio para competir directamente con el de Uber.

Taxi: Desde julio de 2019, Cabify se fusionó con *EasyTaxi*, por lo que ya es posible contratar un taxi desde la aplicación de Cabify. Este no posee un precio cerrado como los demás servicios de Cabify, sino que la aplicación facilita un precio aproximado del trayecto, ya que será el taxímetro el que marque el precio final.

Kids: Por la lucha con la que cubrir todas las necesidades de la sociedad en un mercado tan competitivo, Cabify incorpora este servicio, en el que añade a los coches sillas para que los niños puedan viajar seguros.

Executive: Este servicio está formado por coches SUV o sedan medianos que poseen maleteros con amplitud para las maletas, cable auxiliar para que sea el propio usuario el que conecte el móvil y ponga la música y cargador para que lo cargue durante el trayecto.

Group: Coches grandes que permiten el viaje de hasta once personas, para que puedan viajar con familiares y amigos en un mismo vehículo.

Access Taxi: Vehículos que poseen la calificación de *Eurotaxi* y que cuentan con rampa, asientos giratorios, sistema de seguridad para una silla de ruedas, así como conductores formados para facilitar el trayecto a personas en silla de ruedas o de movilidad reducida.

Cabify no solo ofrece los servicios de transporte con chofer, sino que además en su propia aplicación puedes contratar las siguientes prestaciones gracias a su alianza con diferentes

empresas y que la han hecho competir en más ámbitos que el relacionado con los VTC, como los siguientes:

Cabify Envíos: Servicio incorporado por la situación de Covid-19, hablaremos en más profundidad en el punto 3.4.

Movo: Empresa adquirida por Cabify en el 2019 y que consiste en el alquiler de motos y patinetes eléctricos a través de su aplicación o de la misma aplicación de *Movo*, muy similar a *Jump* de Uber, y es que estas empresas están en continua competencia de servicios intentando ofrecer los máximos posibles.

Bipi: Es una empresa de alquiler de vehículos que se alió con Cabify en 2018, y que permite a través de la misma aplicación de Cabify alquilar un coche por días o semanas.

CabifyAir: Este servicio está disponible únicamente en México, de momento. Cabify se asoció con la empresa *Voom* para ofrecer rutas en helicóptero desde su propia aplicación.

2.3. Taxi

El taxi es un servicio público que se dedica al transporte terrestre de personas a cambio de una cantidad de dinero marcada por el taxímetro que portan dentro de sus vehículos.

2.3.1. Historia del taxi

El taxi lleva vigente cientos de años ya sea tirado por caballos, burros o como en la actualidad con motor. En este punto no vamos a estudiar a su creador o fundador, ya que no es una empresa privada, sino que vamos a conocer brevemente su creación y transformación para poder entender su situación actual, y como siendo diferente a Uber y Cabify están los tres servicios en continuo conflicto.

La creación del primer taxi se le atribuye a *Nicolas Sauvage* en 1640, ya que abrió la primera empresa de taxis e incorporó a la sociedad la idea de realizar un trayecto a cambio de dinero, estos eran carruajes tirados por caballos que no contaban con taxímetro

En 1891, *Wilhelm Bruhn*, ingeniero alemán, inventó el taxímetro que conocemos en la actualidad, y aunque no fue bien recibido al principio, ya que los conductores no querían regular sus tarifas con un aparato, cuando lo incorporaron en los taxis años más tarde de la mano de Renault fue todo un éxito. Al principio el taxímetro se encontraba en la parte externa del coche, encima de la rueda lateral delantera, pero Renault en 1904 lo incorporó dentro del coche como lo conocemos hoy en día, y por ello en la actualidad reciben el nombre de taxi, en abreviatura de taxímetro.

En 1703 comenzaron a expedirse “*licencias*” para los taxis, la policía regulaba los taxis y estos debían de contar con un número de matrícula a modo de licencia situado en una zona visible.

El primer “*autotaxi*” como hemos mencionado surgió en 1904, en París, coches que contaban con taxímetro, calefacción, cristales antideslumbrantes y amortiguadores especiales, pero la incorporación del taxi en España fue el 29 de marzo de 1909 en Madrid, comenzó con diez taxis y tres paradas y desde entonces ha ido aumentando el número de vehículos, así como su expansión a otras ciudades y la concesión de licencias por parte del Ayuntamiento, estas son diferentes a las de Uber y Cabify ya que no son licencias para actuar como un VTC sino concesiones administrativas expedidas por el Ayuntamiento. Desde 1980 está paralizada la extensión de estas por las entidades públicas, es importante nombrar también que no solo el Ayuntamiento concede las licencias, sino que, desde los inicios de la aparición del taxi, la entidad pública también establece los precios de sus servicios, así como el color de coche y el uniforme de los conductores. Esto ha levantado numerosas protestas entre los trabajadores, como en 1932 por la prohibición de las propinas o el famoso “*motín de las gorras*” en 1996. (G.F Iglesias, 2015, Historia del taxi y el carburante GLP en España.)

En la siguiente tabla podemos observar desde la creación de los primeros taxis hasta la última concesión de licencias por parte del Ayuntamiento, ya que «*no se ha detectado la necesidad de más licencias para atender las demandas ciudadanas*», según explicaron fuentes del Ayuntamiento al diario La Razón en 2019.

Figura 15: Historia del taxi

Años	Historia
1640	Nicolas Sauvage abre la primera compañía de taxis
1891	Wihelm Bruhn crea el taxímetro
1703	Se empiezan a expedir las primeras "licencias"
1904	Aparición del primer "autotaxi"
1909	Primer taxi en Madrid
1931	Los taxis no pueden aceptar propinas
1974	Se funda la cooperativa Radio-Taxi-Teléfono
1980	Concesión de la última licencia por parte del Ayuntamiento

Fuente: Elaboración propia a partir del libro *Historia del taxi y el carburante GLP en España*.

El taxi lleva en la historia casi cuatrocientos años, ha pasado por numerosas transformaciones y se ha ido adaptando a las nuevas necesidades y tecnologías, siempre ha tenido competencia, desde un chofer privado hasta un autobús, pero en la actualidad y como estamos estudiando en este trabajo, el taxi sufre una competencia directa con Uber y Cabify, y aunque operan de manera distinta, unos con licencias VTC y el taxi mediante concesiones administrativas, ha experimentado un cambio brusco, de haber podido poseer el monopolio del transporte privado de personas a competir en un mercado de competencia monopolística en el que los VTC poseen cierta libertad de servicios y precios, a diferencia de ellos que les es impuesto por las entidades públicas como hemos visto arriba, desde hace cientos de años, lo que le complica más su lucha.

A continuación, vamos a conocer las características principales del taxi que le diferencian de sus competidores, estas distan en gran profundidad de los VTC, ya que están regulados de manera distinta, al igual que han sido testigos de numerosos cambios.

En la actualidad, el taxi posee numerosas formas de contratar sus servicios, a diferencia de sus competidores, el taxi posee tres formas de contratarlos:

1. *A través de radio-taxi*, llamando por teléfono a los números facilitados por cada comunidad y que actúan de intermediarios entre el usuario y el conductor.

2. *Calle o parada de taxi*, consiste en que es el propio usuario el que se dirige al vehículo, ya sea parándolo en la calle o acercándose a una parada, en la que se encuentran varios taxis esperando a ser contratados.

3. *Mediante una App*, puedes contratar los servicios del taxi a través de una aplicación, como puede ser *FreeNow*, *PideTaxi*, *Hailo* o *TaxiClick* entre otras. Estas aplicaciones para los taxistas autónomos que no forman parte de ninguna compañía suponen una competencia como los VTC, ya que ofrecen precios distintos e incluso descuentos, factores que en competencia monopolística actúan de forma decisiva para contratar sus servicios. Estas aplicaciones poseen un funcionamiento parecido al de Uber y Cabify, que ya ha sido explicado en el punto (1.1.2)

La forma de pago que acepta el taxi en general es en efectivo, aunque en grandes ciudades como Madrid o Barcelona existen taxis que incorporan datáfonos para poder realizar el pago a través de tarjetas de crédito o débito. Si contrata sus servicios a través de las aplicaciones podrá pagar también a través de PayPal, pero de forma general, el pago del servicio del taxi se encuentra limitada al dinero en efectivo, actuando este factor como un inconveniente a la hora de contratar sus servicios, ya que en una sociedad moderna como en la que vivimos, cada vez más gente opta por realizar sus pagos en el día a día con tarjetas o incluso el teléfono o la pulsera inteligente.

Los tipos de taxis que existen no son tan variados como los VTC, pero les hacen competencia en los siguientes servicios de acuerdo con su aplicación en España:

Eurotaxis: Vehículos monovolumen adaptados a personas en silla de ruedas o con discapacidad. En este tipo de taxi poseen preferencia las personas discapacitadas, pero en caso de estar libres pueden ser ocupados por otras personas. En España poseemos el mejor servicio de taxis adaptados de Europa.

Taxi de varias plazas: Taxis normales pero que su capacidad puede variar desde 5 plazas hasta 9, dependiendo del número de viajeros que contraten sus servicios.

Taxis eléctricos: Consisten en autos que usan energía eléctrica mediante baterías recargables a través de un motor eléctrico. Estos taxis se caracterizan por ser cero emisiones, un gran paso para la contaminación en las grandes ciudades

Taxis híbridos: Tipo de vehículo que fusiona el motor eléctrico con el motor de combustión interna. Estos son una alternativa ecológica de los taxis convencionales para cuidar el medioambiente, ya que por ejemplo en Madrid para poder circular por el centro es necesario poseer uno de estos vehículos o los anteriores, que cuenten con la pegatina obligatoria impuesta por la DGT.

Taxis para niños: En el caso de necesitar una sillita especial para el transporte de un niño, también existen taxis que cuentan con dicho servicio. Para ello la opción más rápida es contratar el servicio a través de radio-taxi, ya que ellos te mandaran un coche que cuente con las adaptaciones necesarias.

3. Problemática en las grandes ciudades: La guerra del taxi

3.1. Inicio del conflicto y medidas adoptadas

El inicio de este conflicto llegó con la entrada de los VTC al mercado taxista, este podría poseer el monopolio del transporte de particulares y debido a los VTC ese monopolio pudo convertirse en un mercado de competencia monopolística.

Uber inició su actividad en **2014** en Barcelona con el servicio *UberPOP*, en el cual los conductores desarrollaban su actividad sin licencia, ocurre entonces la primera huelga de taxis en contra de un servicio VTC, se movilizan desde Barcelona y Madrid (aunque aquí la compañía todavía no había llegado) y protestan por intrusismo e ilegalidad de la aplicación. La Generalitat de Catalunya exige el cierre del servicio y la multa de los conductores. Es entonces cuando en medio de esta lucha, Uber aprovecha para extenderse a Madrid y Valencia, creciendo incluso más rápido que en Londres y París. A finales de ese mismo año, el magistrado del Juzgado de lo Mercantil número 2 de Madrid, ordena el cierre de Uber en toda España. Este cese de actividad no le afectó a Cabify ya que desde un principio sus conductores desarrollaban la actividad mediante licencias VTC.

Dos años más tarde, en **2016**, Uber vuelve a intentarlo en España, pero esta vez de la mano de su servicio *UberX*, con licencia incluida, ahora los taxistas tienen a dos competidores directos actuando en su mismo mercado, y a un gobierno que duplica la expedición de licencias para los conductores VTC, debido a que todas las autorizaciones solicitadas durante el periodo de vigencia de la ley ómnibus debían ser otorgadas, sobrepasándose así la ley de 1 VTC por cada 30 taxis. En **2017** los taxistas volvieron a manifestarse a través de una huelga general, esta vez

en contra de ambos servicios: Uber y Cabify. Pidieron una regulación del mercado y que las licencias VTC no pudieran transmitirse hasta dos años después de su concesión, esto era porque existían personas comprando en grandes cantidades licencias para luego venderlas a un precio superior.

Finalmente, el Gobierno aprueba un Real Decreto con las siguientes normas de regulación: Creación de un registro único mediante el cual ambas compañías deberán comunicarle a dicho registro todos los trayectos antes de llevarlos a cabo para, según el Ministerio de Fomento, *facilitar el servicio de inspección y asegurar que ambas empresas no capten clientes en aeropuertos, estaciones ni vías públicas*. También se aprobó la prohibición de transmitir licencias VTC durante dos años y el cumplimiento por parte de los conductores a que sus vehículos cumplan los requisitos actuales sobre los VTC, aunque estos sean diferentes de los existentes en el momento de realizar la solicitud de autorización. Tras esta actualización de las normas a aplicar a los VTC, los taxistas quedaron satisfechos, aunque Uber y Cabify se vieron bastante perjudicados.

En **2018** Uber anuncia su vuelta a Barcelona tras tres años y su expansión a Málaga, Sevilla, Valencia y Zaragoza. La situación conseguía mantenerse en calma entre Cabify y el taxi, pero con la llegada de Uber se volvió a reavivar la llama de los taxistas. El verano de ese mismo año regresaron las huelgas y paros, esta vez indefinidos por parte de los taxistas catalanes, a los que se les unieron trabajadores de Madrid, Málaga, Sevilla, Valencia, Alicante y Zaragoza. Esta vez los taxistas unían sus fuerzas para protestar por un cambio normativo en la ley y el reglamento de transportes y el traspaso de competencias a las comunidades autónomas, así como el cumplimiento de la normativa de 1 VTC por cada 30 taxis, ya que en ese momento existían 1 VTC por cada 7 taxis. Por último, la puesta en marcha inmediata de la web de registro y control de VTC aprobada en 2017 (anterior huelga). Tras varios días de huelga, los taxistas decidieron ponerle fin tras la reunión del Gobierno con las Comunidades Autónomas, en el que acordaron la reforma de la Ordenación de los Transportes Terrestres, los taxistas decidieron darle un voto de confianza y esperar hasta septiembre, fecha en la que se aprobaba y publicaba un Real Decreto-ley con los nuevos acuerdos, de no ser así, volverían a la huelga. El 28 de septiembre, se publicó en *el BOE el Real Decreto-ley 13/2018, por el que se modifica la Ley 16/1987, de*

30 de julio, de Ordenación de los Transportes Terrestres, en materia de arrendamiento de vehículos con conductor, este traía consigo las siguientes reformas publicadas en el BOE:

-Las VTC únicamente podrán prestar servicios entre distintos municipios (servicios interurbanos), no pudiendo prestar un servicio que comience y acabe en el mismo municipio, salvo que el Ayuntamiento competente lo autorice expresamente.

-Se establece una moratoria de 4 años (hasta el 30/09/2022) como indemnización por el cambio de normativa. En este tiempo podrán continuar prestando el servicio en ámbito urbano y sin limitación taxativa sobre el origen del servicio.

-Las VTC podrán prestar servicio entre distintas Comunidades siempre que el origen sea en la Comunidad en la que se concedió la licencia, también cuando recojan en un puerto o aeropuerto de otra Comunidad a un pasajero con destino en la Comunidad que otorgó la autorización. En el resto de los supuestos deja de ser posible a partir del 30/09/2022.

- Desde la entrada en vigor de la norma, las Comunidades podrán modificar las condiciones de precontratación, solicitud de servicios, captación de clientes, recorridos mínimos y máximos, servicios u horarios obligatorios y especificaciones técnicas del vehículo de los VTC, aunque dichos cambios sólo podrán afectar a los servicios que transcurran íntegramente en su territorio.

- Se faculta a los Ayuntamientos a permitir y regular los servicios que tengan origen y destino dentro de su municipio. Un Ayuntamiento podría permitir los servicios en su territorio de forma libre y otro no regular las VTC, lo que vetaría la prestación del servicio íntegro en el municipio una vez transcurra la moratoria de 4 años (a partir del 30/09/2022).

-Puesta en marcha inmediata del registro telemático de hojas de rutas para ejercer un mayor control sobre el sector de la VTC.

- La nueva normativa obliga a indicar el destino de los VTC desde que entre en funcionamiento el nuevo registro telemático de viajes.

- Los Ayuntamientos podrán restringir la actividad antes de los 4 años de moratoria en los siguientes ámbitos: estacionamiento, horarios y calendarios del servicio y restricciones a la circulación por razones de contaminación atmosférica.

- Se aprobará en el plazo de seis meses desde la entrada en vigor de la norma, un proyecto de ley que regulará las nuevas multas, y previsiblemente endurecerá las actuales.

3.2. La actual guerra del taxi: El paro más grande del sector

Pese a haber conseguido en el 2018 la reforma de la ley de transportes, en enero de 2019 los taxistas volvieron a iniciar la huelga contra el sector VTC, teniendo esta un final distinto en Madrid y Barcelona.

Los taxistas se lanzaban a la calle para luchar por una regulación más exigente del sector VTC, prohibir la geolocalización, la vuelta de los VTC a las bases al finalizar un servicio para que así tarden más tiempo en recoger a un nuevo cliente, también querían prohibir recoger pasajeros en la vía, estaciones o paradas, que haya más inspecciones para asegurar el cumplimiento de la ley y respeto por la normativa de 1 VTC por cada 30 taxis, ya que se superaba en todas las comunidades.

Los primeros en comenzar el paro indefinido fueron los taxistas de **Barcelona**, tras conocer los términos de la nueva regulación de alquiler de coches con conductor, promovida por la Generalitat. El principal motivo de esta huelga era la regulación de los VTC y el tiempo de precontratación, que los taxistas exigían que fuera mínimo de seis horas para así poder diferenciar su servicio inmediato con el de las VTC, que no deja de ser un alquiler con previa contratación, y el Gobierno pedía que fuera de quince minutos. Estas propuestas fueron tomadas como un insulto para Uber y Cabify, que se sentían excluidas y obligadas a abandonar la ciudad. Uber señaló que si se aprobaban dichas restricciones dejaría de prestar su servicio *UberX* en Barcelona, en cambio, *Juan de Antonio*, fundador de Cabify, no quiso precipitarse a la expulsión y esperó a que se dictara una solución. Esta vez la huelga no se ha realizado de manera tan pacífica como las anteriores ya que tan solo el primer día los Mossos d'Esquadra detuvieron a varios taxistas por increpar, golpear y romper coches de VTC, así como a sus conductores. En Cataluña estaban divididos, los taxistas contaban con apoyo como el de *Ada Colau*, alcaldesa de Barcelona, que consideraba sus propuestas de sentido común, pero también tenían a personas en contra, como *Marcel Coderch*, presidente de la Autoridad Catalana de la Competencia, que

insistía en que, si los taxis y las VTC prestaban el mismo servicio, se deberían de regular en una sola ley.

Finalmente, la huelga en Barcelona duró seis días: del dieciocho al veinticuatro de enero y finalizó tras una votación de los taxistas en la que ejercieron su derecho al voto 4720 trabajadores de los cuales 2508 votaron por terminar la huelga, 2177 decidieron seguir con ella, 19 votos fueron en blanco y 3 nulos. Los taxistas levantaron el paro confiando en el compromiso del Gobierno de llevar a cabo una regulación a las VTC, en la que se ampliara el plazo de precontratación de quince minutos hasta una hora, medida indispensable de los taxistas para acabar con la protesta. El 29 de enero de 2019 se aprobaba en Barcelona un Decreto-Ley para regular las VTC, *El Decreto-ley 4/2019, de 29 de marzo, del Consell, de prestación del servicio de transporte público discrecional de personas viajeras mediante arrendamiento de vehículos con conductor* en el que *Elsa Artadi*, consejera de la Presidencia de la Generalitat y portavoz del Gobierno y *Damiá Calvet*, Conseller de Territorio anunciaban las siguientes medidas regulatorias publicadas en el BOE:

- Precontratación mínima de 15 minutos ampliable hasta 1 hora en caso de que los organismos competentes lo deseen.

- Eliminación de geolocalización para evitar que los VTC circulen vacíos. Deberán estar parados o en un garaje aparcados. Cuando un usuario quiera solicitar el servicio de Uber o Cabify no podrá ver la geolocalización de los vehículos VTC, para evitar la captación ilegal de clientes en la calle.

- Registro del servicio VTC y preparar a los policías para dar cuenta de las infracciones detectadas en los órganos administrativos correspondientes, ya sea la Generalitat, el Área Metropolitana de Barcelona o los ayuntamientos, según el caso.

- Todos los conductores de VTC deberán realizar un descanso obligatorio. El sistema de descanso obligatorio será establecido por la Conselleria competente en materia de transporte.

- Cuando se sustituya un vehículo VTC se hará por otro vehículo que utilice como fuente de energía la electricidad, el hidrógeno, los biocarburantes, los combustibles sintéticos y

parafínicos, el gas natural y el gas licuado del petróleo. También podrá sustituirse por un vehículo de los denominados híbridos.

-Se establece como una infracción grave el incumplimiento de estas condiciones de prestación de los servicios de VTC con multas que pueden llegar a los 1.400 euros.

Tras su publicación y aplicación el uno de febrero, los servicios VTC alzaron la voz y cumplieron las amenazas previstas durante la huelga de taxistas. A principios de febrero ambas compañías abandonaban la ciudad debido al nuevo decreto de la Generalitat, dejando sin trabajo a tres mil personas y no solo afectaba a los trabajadores y las compañías, sino que también suponía un grave perjuicio al ciudadano desde el punto de vista de la competencia y la calidad del servicio. El abandono de las dos compañías tiene como principal motivo la precontratación impuesta de mínimo quince minutos, y es que el 98,5% de sus viajes se realizan con tiempos inferiores a esos quince minutos de espera. Por lo que esta última huelga tuvo como consecuencia el abandono de Uber y Cabify en Barcelona, aunque sin descartar una posible vuelta si consiguieran negociar con la Generalitat.

Tan solo cuatro semanas después de dejar la ciudad, Cabify anunciaba su regreso, y es que había encontrado en el decreto publicado un vacío legal por el que colarse. Cabify a través de su empresa *Prestige & Limousine* estableció un contrato que se renovaba año tras año con sus clientes, y por el cual la norma de los quince minutos solo se aplicaba al primer viaje, los demás podrían ser inmediatos, dicho contrato era gratuito para sus usuarios, ya que era un simple camino para evitar el decreto. Cabify por su parte dejaba de ser intermediario para ser una marca, ya que el contrato se firmaba con *Prestige & Limousine*, quien iba a prestar el servicio. Esta empresa contaba con quinientos coches, pero Cabify activó en Barcelona trescientos para prestar sus servicios. La vuelta de esta empresa tuvo a mucha gente en contra, la mayoría taxistas, pero también contaba con apoyo que calificaban la redacción del decreto como deficiente y escaso, dando pie a la interpretación de Cabify. A principios de marzo y aunque se encontraron trabas al prestar sus servicios, en su primer día ya registraban más de cincuenta mil altas de usuarios, y es que esta empresa optó por utilizar el modelo de negocio de transportes y no el de agencia de viajes que aplica en el resto de las ciudades, por lo que si quisieran emprender acciones legales contra sus servicios tendría que realizar las mismas actuaciones

para el resto de las empresas VTC de Cataluña. Por su parte, Uber tras su salida de Barcelona y mientras no cambien las normativas vigentes para los servicios VTC, no ha vuelto a actuar en la ciudad. En la actualidad, Barcelona sigue trabajando en una nueva ley integral que regule la movilidad y en la que se establezcan novedades para ambos servicios como para el taxi: establecimiento de turnos, condiciones menos estrictas, control de precios de contratación, aplicación de nuevas tecnologías en el sector y la renovación de la flota de taxis para reducir su impacto medioambiental. Por su parte, para las VTC se establecerían medidas como la creación de un registro en el que notifiquen sus servicios realizados, el destino, la hora, el día... para llevar un control de su actividad.

Los siguientes en unirse a la huelga fueron los taxistas de **Madrid**, con un paro indefinido bastante más extenso que sus compañeros catalanes. Estos aprovecharon la celebración de FITUR 2019, la feria internacional del turismo, para dejar Madrid y a todas las personas que llegaban a la feria sin taxis y centrar sus protestas en torno al recinto de IFEMA, donde se realizaba la concentración. Al igual que en Barcelona, esta huelga se caracterizó por la violencia y agresividad de los protestantes, tal fue que hubo taxistas detenidos, conductores VTC y policías heridos, hogueras, cortes de tráfico y encononazos con la policía. Los taxistas madrileños se manifestaban por las mismas medidas que sus compañeros catalanes, un tiempo mínimo de precontratación de seis a doce horas, regulación del servicio, control de licencias y cumplimiento de 1 VTC por cada 30 taxis. Madrid contó con el apoyo de taxistas de Andalucía y Valencia que llegaban a la ciudad para manifestarse con ellos, y al mismo tiempo que las manifestaciones también se llevó a cabo una huelga de hambre que duró doce días y por la que los taxistas que la realizaron argumentaban “*Prefiero pasar hambre ahora que luego*”. Los taxistas no cesaron por completo su actividad durante la huelga, dejaron en funcionamiento quinientos *Eurotaxis* con servicio gratuito para personas con discapacidad o urgencias. Tras las peticiones de los taxistas, *Ángel Garrido*, presidente de la Comunidad de Madrid, estaba dispuesto a negociar con los taxistas todas sus reclamaciones menos el tiempo de precontratación, un asunto que, según él, correspondía a los Ayuntamientos.

Finalmente, la huelga duró dieciséis días, del veintiuno de enero al seis de febrero, junto con una pérdida por parte de los taxistas de ciento setenta euros diarios, una suma que alcanzó casi los tres mil euros en ese periodo de tiempo, ya que la mayoría de los taxistas son autónomos y

sino prestan sus servicios no cobran nada. El paro finalizó de igual manera que en Barcelona, mediante votación por parte de 7843 trabajadores, los resultados fueron 4233 votos para ponerle fin a la huelga, 3522 a favor de continuar, 60 votos en blanco y 28 nulos. Esta manifestación llegó a su fin sin que los taxistas lograran ninguna de sus reivindicaciones, ya que tras lo ocurrido en Barcelona donde se aprobó el tiempo de precontratación entre otras medidas y la salida de los VTC de la ciudad, la Comunidad de Madrid no estaba dispuesta a dejar sin trabajo a más de tres mil personas y las sucesivas indemnizaciones que dichos trabajadores podrían reclamar a la ciudad. Por su parte los representantes de los taxistas argumentaban: “*Hemos perdido la batalla, pero no la guerra*” “*No será retirarse, sino reorganizarse y plantear otras vías*”.

La Comunidad de Madrid ofrecía regular el taxi en vez de los VTC, cambiar el reglamento para incluir novedades como “*carpooling*” que son trayectos compartidos, tarifas máximas y precios cerrados, para poder competir en mejores condiciones frente a Uber y Cabify y respecto a la petición de precontratación temporal, de la mano de la alcaldesa del ayuntamiento de Madrid que era *Manuela Carmena* y el presidente de la Comunidad de Madrid que era *Ángel Garrido*, introdujeron la precontratación espacial, por la cual se establecía una distancia mínima de 300 metros aumentables a 500 entre el VTC y el cliente, no pudiendo recoger a un usuario que estuviera a esa distancia o menos.

Por último, el cinco de abril se publicó en el boletín oficial de la comunidad de Madrid el nuevo reglamento para el taxi, aprobado por el Consejo de Gobierno presidido por *Ángel Garrido* en el que se incluyeron las siguientes medidas:

- Pago individualizado por plaza con posibilidad de compartir vehículo.
 - Nuevas tarifas fijas con precio cerrado.
 - Posibilidad de que personas jurídicas sean titulares de licencias de taxis.
 - Tope máximo de tres autorizaciones por conductor o compañía.
 - Simplificación de los requisitos exigidos para obtener los permisos de conducir de un taxi.
- Se suprime la exigencia de carecer de antecedentes penales.

-Obligación por parte de los taxistas de llevar a bordo un datáfono para el pago con tarjeta.

-Ampliación para prestar servicio de vehículos hasta nueve plazas.

-Posibilidad de recoger clientes en municipios distintos a aquellos en los que estén domiciliadas las licencias, siempre que el destino sea la localidad en la que se ha concedido.

-Los Ayuntamientos podrán establecer un número máximo de horas diarias para que los taxis presten servicio, ofreciendo así la posibilidad de que puedan trabajar veinticuatro horas, eliminando la limitación de dieciséis horas máximas.

En la actualidad, la Comunidad de Madrid ha actualizado las tarifas del taxi, entrando en vigor a principios de 2020, en las que incrementan el precio a todos los servicios interurbanos y ofrecen precios cerrados, como hemos visto en el punto (2.3.1). Por su parte, tanto Uber como Cabify se han aliado con el taxi para ofrecer su servicio a través de sus aplicaciones, poniendo de su parte para hacer la competencia de los tres servicios más justa y cercana tras tantos años de huelga.

3.3. Licencias

Los enfrentamientos entre el taxi y las VTC tienen el origen, en su mayoría, en la expedición de licencias y el incumplimiento de la ley 1 VTC por cada 30 taxis, este ratio no se ha respetado ni se respeta en la actualidad, aunque esto no quiere decir que no sea legal.

Dicha ley entró en vigor en 1998, cuando se aprobó un Reglamento donde se comunicaba que se podían denegar autorizaciones si habían más de 1 VTC por cada 30 taxis, pero esto cambió en 2009 con la llegada al poder de *Zapatero*, quien aplicó en España, impuesta por la UE, la *Ley Ómnibus* donde se eliminaron los artículos de la Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres que permitían crear restricciones, por lo que también desapareció el límite 1/30. En consecuencia de la modificación de esta ley, particulares y empresas pidieron en masa autorizaciones VTC, que las Administraciones debían conceder, ya que no existía ninguna ley para regular la expedición. Tras un cambio de Gobierno, *Rajoy* volvió a introducir el límite 1/30 pero para entonces ya habían miles de peticiones y licencias concedidas. Esta nueva ley denegaba otorgar nuevas licencias, pero no concretaba sobre las ya concedidas. Es por esto que en la actualidad existe el ratio 1/30, el cual no se cumple ya que, aunque esta parada la concesión de nuevas licencias, se siguen otorgando las ya solicitadas durante la *Ley Ómnibus* y la diferencia entre taxi y VTC sigue creciendo. En conclusión, el ratio 1/30 solo se aplica a nuevas autorizaciones, por lo que no se está incumpliendo la ley por que circulen más de 1 VTC por cada 30 taxis, ya que las restricciones solo se aplican a partir de la nueva ley de 2015.

Las licencias son contratos mediante los cuales una persona recibe el derecho de uso de un bien a cambio de una cantidad de dinero, en nuestro estudio, los conductores solicitan dichos contratos a la administración, quien los concede a cambio de una cantidad dinero, esto les permite a los conductores explotar el vehículo a cambio de un pago por parte del cliente.

El precio de estas licencias ha variado a lo largo de los años, en el caso de los taxis, en la actualidad, una licencia adquirida al Ayuntamiento tendría un valor de 491,30 euros, aunque no se conceden licencias desde 1980, ya que «*no se ha detectado la necesidad de más licencias para atender las demandas ciudadanas*» según fuentes del Ayuntamiento. Debido a esto, las licencias que se adquieren en la actualidad son a empresas de compraventa o a particulares, estos aprovechando la escasez han elevado los precios un 27.000% pudiendo costar entre

50.000 y 200.000 euros, dependiendo si está censado en zona rural o urbana, de los días de libranza indicados en la licencia, etc. Por su parte, la autorización para la transmisión de licencias de taxi cuesta 584,75 euros, según recogen las *Ordenanzas Fiscales y Precios Públicos Municipales de 2019*. Los taxistas utilizan su licencia como una inversión para la jubilación, vendiéndola por el doble o el triple de dinero por el que la adquirieron, pero sus planes se han visto perjudicados con la llegada los VTC, y es que el precio de las licencias de los taxis no deja de disminuir, porque cada vez existen más VTC prestando servicio y haciéndoles competencia, y esto hace que, las licencias de los taxis estén perdiendo valor.

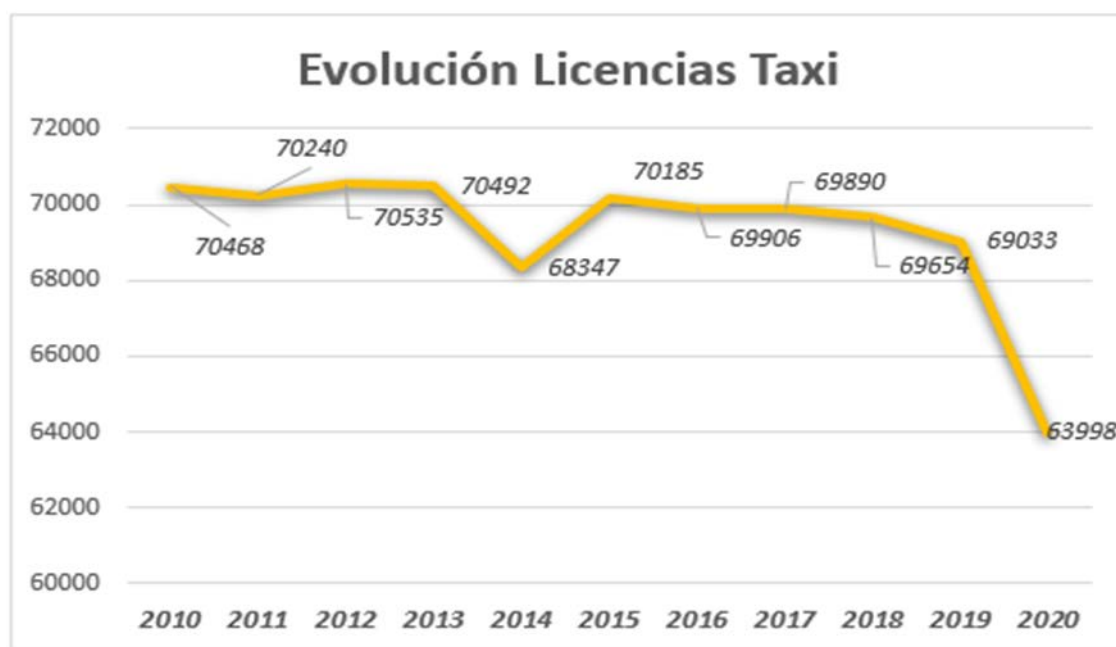
En el caso de los VTC ocurre exactamente lo contrario, el precio de las licencias adquiridos directamente al Ayuntamiento es de 5.000 euros, aunque el Ayuntamiento no está otorgando nuevas licencias debido a la situación de desequilibrio entre VTC y taxi. En la calle, estas licencias alcanzan ya cifras superiores a 10 veces su valor, y es que el número de VTC prestando servicio es cada vez mayor. En el caso de Uber y Cabify, no es necesario poseer licencia para trabajar, ya que es posible unirte a una flota y comenzar a trabajar para ellos. Cabify, debido a que las administraciones no están concediendo nuevas licencias, en 2019 decidió asociarse con *Rosauero*, empresario sevillano, y le compró dos mil licencias VTC a cambio de acciones de Cabify.

A continuación, veremos los desequilibrios en número de licencias para prestar servicio de los que acabamos de hablar entre VTC y taxis, a través de los siguientes gráficos realizados con los datos recogidos en INE y el Ministerio de Fomento:

El número de licencias del servicio taxista en la última década se ha caracterizado por una continua disminución, como podemos ver en el siguiente gráfico, en el periodo 2010-2015 el número de licencias estaba en continuo descenso, esto es debido a la ley Ómnibus y a la compra masiva de licencias VTC, pero en 2015 sufre un aumento debido a la supresión de esta ley.

Como podemos observar durante el periodo de huelgas 2014-2019 el número de licencias ha vuelto a disminuir, aunque la bajada más importante la ha tenido en la actualidad, esto puede ser consecuencia del Covid-19 y la imposibilidad de mantener un servicio normal y de muchos taxistas incluso de trabajar. Aunque el causante de que en la última década el número de licencias del servicio taxista se haya visto tan afectado, ha sido la proliferación de los servicios VTC, en concreto: Uber y Cabify.

Figura 16: Evolución de las licencias del taxi

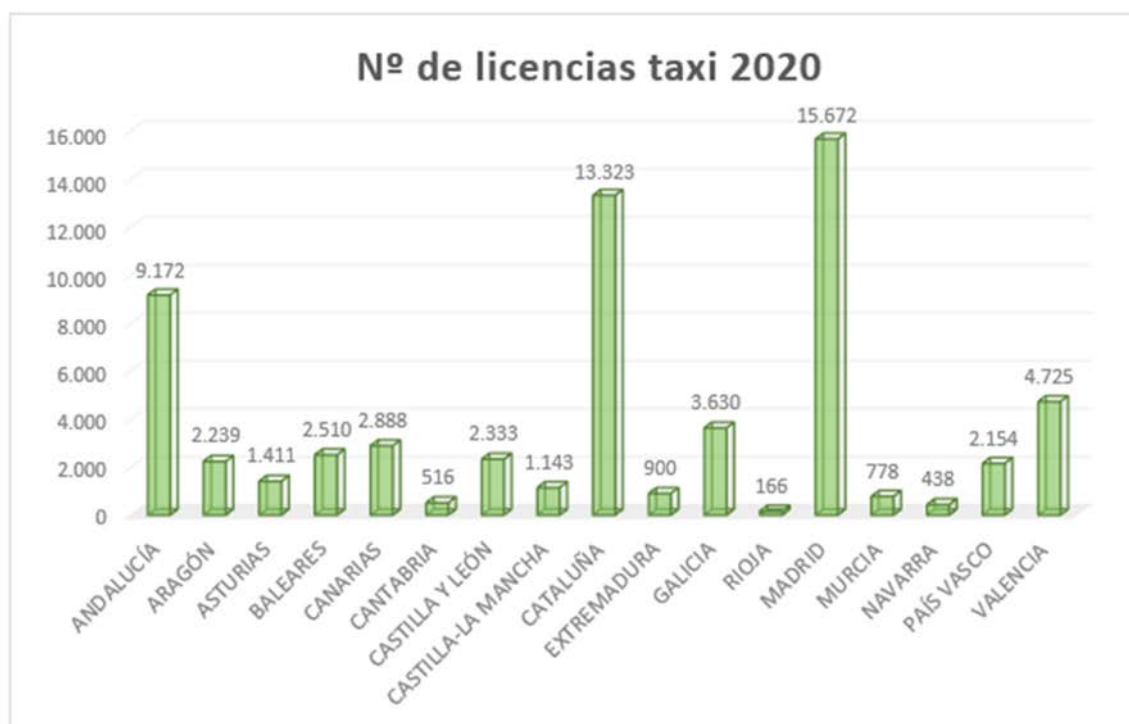


Fuente: Realización propia a partir del INE

Desde el punto de vista de las Comunidades Autónomas, la distribución del número de taxis se muestra de la siguiente manera:

Como se muestra en el gráfico actualizado a 01/06/2020, la mayoría de los taxis se encuentran en Madrid que cuenta con 15.672 licencias, seguido de Cataluña con 13.323, a los que se les une Andalucía con 9.172 taxis. Las demás CC. AA se muestran bastante por debajo en número de licencias en comparación con las tres comunidades nombradas. Las comunidades que en la actualidad cuentan con menor número de taxistas en circulación son La Rioja, Navarra y Cantabria, acorde al número de población.

Figura 17: Número de licencias del taxi en la actualidad

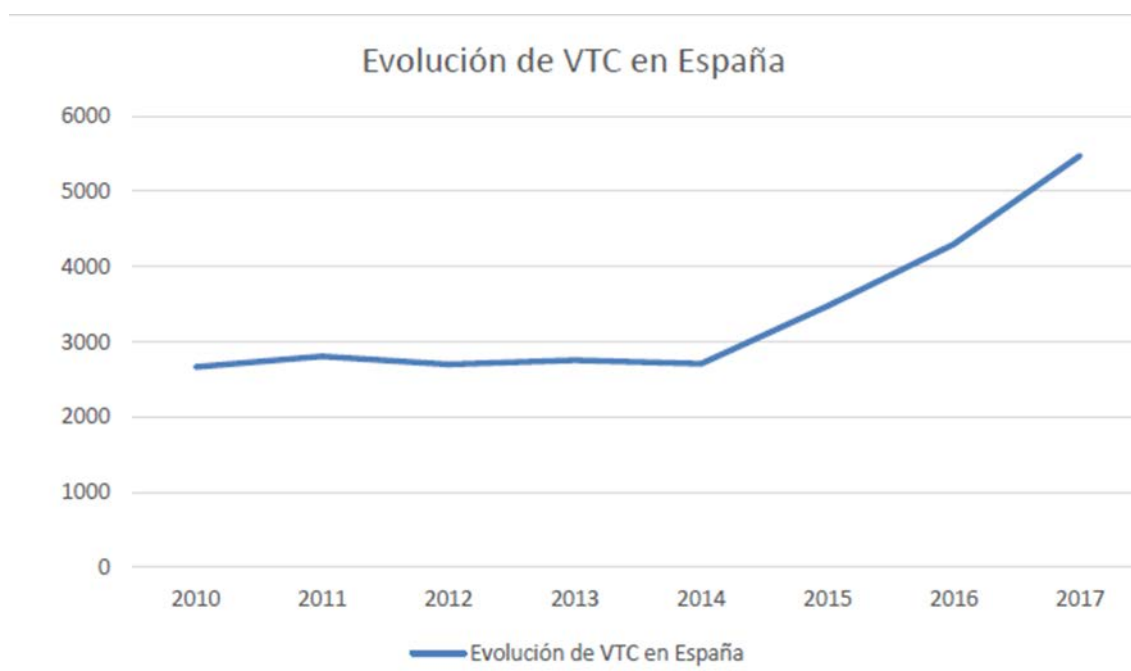


Fuente: Elaboración propia a partir del INE

El siguiente gráfico muestra la evolución de los servicios VTC en España en la última década, encabezado por dos empresas: Cabify y Uber.

Como hemos visto en este trabajo, la llegada de ambas compañías se produjo entre 2012-2014, donde se muestra el gran aumento del número de licencias, aumento que en la actualidad no ha sufrido desde entonces ningún descenso, a diferencia del taxi, ambos servicios tienen una evolución inversa.

Figura 18: Evolución del número de licencias VTC

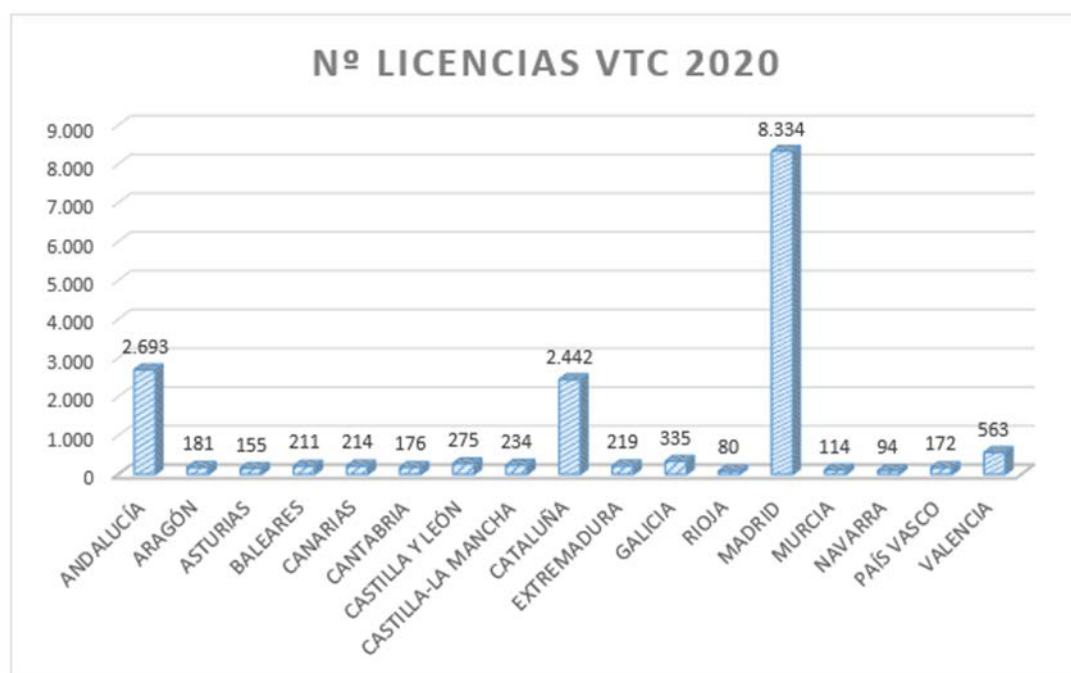


Fuente: Elaboración propia a partir del Ministerio de Fomento

El número de licencias VTC por Comunidad Autónoma tiene una distribución parecida a la del taxi, ya que el mayor número lo lideran Madrid, Andalucía y Cataluña con 8.334, 2.693 y 2.442 licencias respectivamente. En este caso, Andalucía supera en número a Cataluña, esto es debido a que en la actualidad y debido a las restricciones de la última huelga entre taxis y VTC, Uber sigue sin prestar sus servicios en Barcelona.

Las CC. AA con menor número de licencias, se encuentran en La Rioja, Navarra con cifras que no alcanzan ni las 100 licencias VTC, como ocurre en la distribución de licencias del taxi, estos números son acordes al número de habitantes.

Figura 19: Número de licencias VTC en la actualidad



Fuente: Elaboración propia a partir del Ministerio de Fomento

En cuanto al ratio VTC/Taxi podemos observar en la tabla que ninguna Comunidad Autónoma cumple el límite 1/30. La Comunidad que más se acerca al cumplimiento de esta ley es Canarias con 14 taxis por cada VTC, País Vasco con 13 y Aragón con 12, aunque ninguna de las tres cumple ni la mitad del límite.

Por el contrario, las CC. AA con mayor diferencia son Madrid con 2 taxis por VTC, La Rioja también con 2 y Cantabria y Andalucía con 3. Como vemos estos números coinciden con el número de licencias expedidas por Comunidad Autónoma donde las que más poseían eran Madrid y Andalucía, en el caso de Cantabria y La Rioja es que al poseer un número de taxis tan bajo y aumentar en este último año las licencias de VTC se ha producido una gran desregulación.

Figura 20: Comparación de licencias VTC y taxi por CC. AA

Comunidad Autónoma	Número de Licencias		Ratio Taxis/VTC
	TAXI	VTC	
Andalucía	9.172	2.693	3,41
Aragón	2.239	181	12,37
Asturias	1.411	155	9,10
Baleares	2.510	211	11,90
Canarias	2.888	214	13,50
Cantabria	516	176	2,93
Castilla y León	2.333	275	8,48
Castilla la Mancha	1.143	234	4,88
Cataluña	13.323	2.442	5,46
Extremadura	900	219	4,11
Galicia	3.630	335	10,84
La Rioja	166	80	2,08
Madrid	15.672	8.334	1,88
Murcia	778	114	6,82
Navarra	438	94	4,66
País Vasco	2.154	172	12,52
Valencia	4.725	563	8,39
TOTAL	63.998	16.492	3,88

Fuente: Realización propia a partir del INE y Ministerio de Fomento

3.4. Medidas adoptadas por los servicios ante una situación extraordinaria como el Covid-19

España como el resto del mundo se han visto afectada por un virus comúnmente conocido como Coronavirus o Covid-19, debido a su fácil contagio y propagación se adoptaron medidas como ha sido el confinamiento de la población, debido a esto multitud de empresas y servicios se han visto afectadas por la obligación de cierre de sus empresas. Al taxi y los servicios VTC se les ha permitido continuar con sus servicios de transporte de personas debido a que son consideradas como “servicios de primera necesidad” pero únicamente podían ser contratadas para realizar las actividades contempladas en el Real Decreto (ir a trabajar, a comprar, al médico o a la farmacia) o en casos de fuerza mayor y excepciones que puedan justificarse. Debido a esto, las tres empresas han tenido que adoptar medidas extraordinarias que vamos a estudiar en los siguientes puntos:

❖ Taxi

Durante esta pandemia global, el taxi ha sufrido un descenso de viajeros pese a ser el servicio público más seguro frente a autobuses, trenes y metros en los que hay contacto con cientos de personas constantemente.

La primera medida que se impuso al taxi fue la reducción de la plantilla al 40%, aunque en la práctica no han circulado más del 10% de la flota. Los taxistas debido al cierre de aeropuertos y estaciones no tienen turistas que transportar y por el confinamiento tampoco tienen gran población a la que ofertar su servicio, de esta manera, prácticamente el trabajo que realizan les llega a través de “apps de reserva” o radioemisoras, ya que las calles están desiertas.

Lo más importante frente al Covid-19 es la protección y la desinfección, por lo que los taxistas han adaptado sus vehículos a estas medidas. Los conductores deben llevar mascarillas y guantes, incluso algunos han instalado mamparas de separación entre conductores y clientes, eso sí, a diferencia de los VTC, como los taxistas son autónomos, todas estas medidas corren a cuenta suya, debiendo comprar todo lo necesario de sus bolsillos pese a tener ingresos mínimos o nulos.

De acuerdo con lo publicado en el BOE, los conductores deben de realizar una limpieza y desinfección diaria de los vehículos prestando especial atención a las zonas y elementos más comunes al tacto, como es el caso de las manijas de las puertas, los cinturones de seguridad y sus elementos de apertura y cierre, mandos de control, apoyabrazos y asideros, prohibición del pago en efectivo, ya que en monedas y billetes puede estar presente el virus, también se ha recomendado la apertura de ventanillas de forma periódica para renovar el aire o la utilización de generadores de ozono que eliminan partículas de virus o bacterias del aire. Tampoco pueden transportar a más de un pasajero para asegurar la distancia mínima en espacios cerrados entre personas, a no ser que el cliente justifique la obligación de su acompañante.

El artículo 20.1 del Decreto 35/2012, de 21 de febrero por el que se aprueba el *Reglamento de los Servicios de Transporte Público de Viajeros y Viajeras en Automóviles Turismo*, expone que "los titulares de licencias auto-taxi que se vean afectados por la reducción de los servicios podrán solicitar la suspensión temporal de sus licencias hasta que finalice el Estado de Alarma o sus prórrogas". Algunos taxistas han optado por esta medida, ya que no tienen posibilidad de salir a trabajar por ser personas de riesgo o porque han decidido realizar el confinamiento junto a sus familias.

Por su parte los taxistas están ayudando en todo lo que pueden al personal sanitario, se han ofrecido a prestar sus servicios de forma solidaria para los médicos y enfermeros que necesiten de sus vehículos para acudir al hospital o de vuelta a casa. Los conductores al realizar estos servicios se exponen al contagio, ya que las personas que transportan están en continuo contacto con personas infectadas de Covid-19, por lo que ha habido numerosos taxistas ingresados y varios fallecidos.

❖ VTC: Uber y Cabify

Los servicios VTC tiene las mismas medidas obligatorias de higiene y protección que los taxis: obligación de uso de mascarilla y guantes, así como desinfectar el vehículo mínimo una vez al día, pero a diferencia del taxi, al ser un servicio privado y sus trabajadores pertenecer a una empresa, las EPIS son administradas por Uber y Cabify para asegurar la seguridad de su personal.

Estos servicios como el del taxi han puesto a su disposición sus vehículos para el transporte solidarios de sanitarios, además han creado otros servicios para ayudar a la sociedad frente a esta pandemia, entre los que destacan, de acuerdo con su página web:

-*Cabify Héroes*: Por el que el personal de 44 centros sanitarios de la capital puede moverse en Cabify de forma gratuita, además de llevar sin coste alguno a los recuperados del hospital instalado en el recinto ferial (IFEMA).

-*Descuentos para sanitarios*: En Madrid, Barcelona, Valencia y Sevilla ofrecen un 50% de descuento en todos los viajes que tengan como origen o destino un hospital público. Desde Cabify renuncian a su comisión de intermediación de forma que la totalidad de la facturación del viaje es para los socios conductores.

-*Envíos PyL*: Una solución de transporte de pequeñas mercancías de primera necesidad, operada a través de Prestige & Limousine, una compañía que pertenece a Cabify. Ponen este servicio a disposición de las ciudades en un momento en el que enviar o recibir paquetes puede ser una tarea complicada. Todo ello ofreciendo un servicio sin contacto físico.

Además de estas nuevas incorporaciones, Cabify informa a sus clientes tanto a través de su App como al correo electrónico, teniendo constantemente a los usuarios informados de las medidas adoptadas, de sus servicios y de las actualizaciones que llevan a cabo para realizar sus trayectos más seguros.

Uber también ha colaborado junto a taxi y Cabify ofreciendo transporte gratuito a los profesionales de la salud, ayudándoles a desplazarse entre los hogares de los pacientes y los centros sanitarios. De acuerdo con su página web, los servicios que ha puesto a disposición de la población durante el Covid-19 han sido los siguientes:

-*Uber Medics*: Los sanitarios que introduzcan el código MEDICSMADRID en la App de Uber podrán viajar desde el hospital en el que realicen su actividad laboral hasta su domicilio (o cualquier localización que deseen), y viceversa. Por su parte, Uber ha eliminado el 25% del total del trayecto.

-*Uber Eats*: A través de su servicio de reparto de comida a domicilio que ha seguido en funcionamiento durante la pandemia, han realizado entregas gratuitas de comida al personal sanitario de distintos hospitales.

Al igual que Cabify, al poseer el correo de sus clientes y la App, ha estado utilizando estos medios para mantener el contacto con los usuarios y mantenerlos actualizados de sus servicios y medidas adaptadas para que sigan confiando y contraten sus servicios de manera segura.

4. Conclusión

Querría exponer en principio las limitaciones del trabajo, y por lo tanto, la extensión del mismo. Nos hemos visto afectados por la situación del Covid-19 que nos ha impedido reunirnos y dificultado la comunicación. No he podido consultar bibliotecas ni casi artículos, por lo que me ha dificultado indagar en profundidad en algunos temas. La idea principal del desarrollo de este trabajo era acabarlo con una encuesta a pie de calle sobre la elección de las VTC frente al taxi, con el fin de que, con la muestra recogida se estudiaran los resultados y preferencias de la población y se propusieran soluciones y medidas para la mejora del taxi. Como no ha sido posible, hemos tenido en estos últimos meses que ajustar el trabajo a la extraordinaria situación y basarnos en estudios ya existentes.

Este trabajo ha sido desarrollado con el fin de dar visibilidad al enfrentamiento entre taxi y VTC que ha sufrido España en forma de continuas huelgas y reformas durante tantos años. Hemos podido conocer como han nacido las empresas, en qué situación se encuentran en este momento y cuáles son sus planes de futuro. En este punto vamos a dar posibles soluciones a los problemas presentados durante el estudio de este trabajo.

Como hemos visto las tres compañías funcionan de manera diferente ya que el taxi lo hace a través de concesiones administrativas y las VTC mediante licencias, puesto que el taxi es una empresa pública y Uber y Cabify son privadas. Teniendo en cuenta estas diferencias, los conductores de taxi se han manifestado a lo largo de los últimos años exigiendo privilegios para ellos y restricciones para los VTC, pero esta estrategia no ha funcionado ya que en la práctica no ha sido tan fácil que se cumplieran las reformas, por lo que estas medidas han sido una solución rápida a sus peticiones, pero no eficaz para estabilizar el mercado.

Los taxis no son la única empresa pública que tiene que lidiar con la competencia de empresas privadas, pero si la única que nunca tiene suficiente con las medidas adoptadas por las entidades públicas, por lo que, si hemos visto que continuas reformas de las restricciones para el servicio VTC no ha sido la solución, ¿Por qué no hacer justo lo contrario? Reformar el

servicio del taxi o incluso crear una ley común sobre el servicio de transporte terrestre de vehículos, ya que en la práctica ambos servicios con pequeñas diferencias ofertan lo mismo. Tanto Uber, Cabify y taxi se encuentran actuando en un mismo mercado de competencia monopolística en el que los tres poseen precios diferentes, ofrecen el mismo servicio, pero con pequeñas diferencias y continuamente van a entrar competidores que les hagan frente, ya sea en forma de coche, patinete, helicóptero o autobús, pero todos los servicios se dedican al transporte de personas. Los tiempos cambian y la sociedad avanza, pero el taxi parece quedarse estancado en cuando poseía el “monopolio” del transporte terrestre de personas y no puede quedarse paralizado en esa situación en la que se siente continuamente respaldado por las entidades públicas o es que ¿Los propietarios de los chiringuitos de playa también van a manifestarse por tener un bar enfrente suya con más terraza o la música más alta? Este servicio también funciona por concesiones administrativas, pero son conscientes de la competencia y mejoran sus servicios tanto de atención como del local para que el cliente los elija a ellos y no al restaurante y se benefician de sus privilegios como es estar en la misma playa.

Por lo que una solución podría ser una regulación estatal tanto del taxi como de las VTC y no delegarla a las CC. AA como se está haciendo en la actualidad, ya que como hemos visto se dan muchas diferencias que dan lugar a enfados y manifestaciones, puesto que no es justo que las VTC puedan estar presente en unas comunidades y en otras no, y tengan medidas diferentes en distintos territorios de España. Si se consiguieran reunir los representantes de los servicios junto con las entidades públicas, y llegaran a medidas comunes para todo el territorio español, sería lo ideal, ya que se actuaría de la misma manera en todas las comunidades y no habrían desacuerdos ni desigualdades.

El mundo está constantemente avanzando y con él las tecnologías y lo que no se puede hacer es negarse y luchar contra ellas, el taxi debería haber estudiado a su competencia y enfrentarse a ellas con sus mismas armas: buenas aplicaciones y mejores servicios, ya que las tecnologías son la base de las VTC, gracias a sus aplicaciones el cliente puede consultar en un minuto precios, recorridos y tiempo, y en una sociedad en el que poseer la mejor tecnología es la base del éxito de las empresas modernas, lo que las entidades públicas deben hacer en vez de gastar tiempo y dinero en nuevas leyes y reformas, deben invertir en tecnologías y adaptar el servicio del taxi a la altura de las VTC e incluso por encima de estas para así jugar en el mercado con

las mismas condiciones. Con esto también se evitará por parte de los taxistas: huelgas y enfrentamientos con las VTC o qué pasará cuando su competencia deje de ser un conductor y pase a serlo un coche autónomo ¿Lucharán contra vehículos?

Bibliografía

LIBROS

Edward Chamberlin. 1933. La teoría de la Competencia Monopolística.

Gregory Mankiw, N. (1997). Principios de Economía. McGraw-Hill Education.

Gonzalo Fortes Iglesias, 2014. Historia del taxi y el carburante GLP en España.

Kotler Philip, Armstrong Gary, Cámara Dionicio y Cruz Ignacio, Prentice Hall. (2004).
Marketing. Pearson Prentice Hall.

Frank Robert H, 2009, Microeconomía intermedia análisis y comportamiento económico.
McGraw-Hill Interamericana

Samuelson, Paul A. Nordhaus, William D. (2006). Economía. McGraw-Hill Interamericana.

ARTÍCULOS Y NOTICIAS

ABC, 2014. Travis Kalanick, fundador de Uber, la pesadilla de los taxistas. abc.

URL. <https://www.abc.es/economia/20140713/abci-fundador-uber-201407111227.html?ref=https://www.google.es/>

American Marketing Association (A.M.A), 2006, Dictionary of Marketing Terms.
MarketingPower.com

APERTURA, 2018. Según Morgan Stanley, Uber vale u\$s 120.000 millones.

URL. <https://www.apertura.com/negocios/Segun-Morgan-Stanley-Uber-vale-us-120.000-millones-20181016-0005.html>

- BUSINESS INSIDER, 2015. All Hail The Uber Man! How Sharp-Elbowed Salesman Travis Kalanick Became Silicon Valley's Newest Star. (2015, 26 febrero). Business Insider. URL. <https://www.businessinsider.com/uber-travis-kalanick-bio-2014-1?IR=T>
- BUSINESS INSIDER ESPAÑA, 2019. La maldición de Uber: siete países le echaron antes de Barcelona. Economía Digital. URL. https://www.economiadigital.es/directivos-y-empresas/la-maldicion-de-uber-siete-paises-le-echaron-antes-de-barcelona_603584_102.html
- BUSINESS INSIDER, 2020. Asenjo, A. Este mapa muestra en qué países están Uber, Cabify y otras VTC de todo el mundo. Business Insider. URL. <https://www.businessinsider.es/donde-estan-empresas-vtc-todo-mundo-uber-cabify-lyft-563853>
- BUSINESS INSIDER, 2020. Reche, .Cabify asumirá los riesgos de salir a Bolsa: sus rivales perdieron 32.480 millones de euros. Business Insider. URL. <https://www.businessinsider.es/cabify-asume-muchos-riesgos-saliendo-bolsa-ano-561303>
- BBC NEWS MUNDO, 2019. Lee, D. La distracción humana que fue la «causa inmediata» del fatal accidente de un auto sin conductor de Uber. BBC News Mundo. URL. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-50498044>
- CABIFY, 2018. Cabify, primer «unicornio» español de 1.400 millones: “Quemamos muchísimo dinero” El Confidencial URL. https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2018-01-23/cabify-uber-vtc-taxi-financiacion_1510006/
- CABIFY, 2020. Quiénes somos | Cabify. CABIFY. URL. <https://cabify.com/es/about-us>
- CABIFY, 2020. - Own the city. CABIFY. URL <https://cabify.com/es/spain/madrid>
- CABIFY, 2020. ¿Puede variar el precio? (2020). Cabify ayuda. URL. <https://help.cabify.com/hc/es/articles/115001091905--Puede-variar-el-precio>
- CABIFY, 2020. - Own the city. CABIFY. URL <https://cabify.com/es/spain/madrid#tariffs-kids>

- CABIFY, 2020. Cabify Cares: comprometidos con nuestras comunidades.
URL. https://cabify.com/es/cabify-cares?utm_source=banner_home
- CLAUDIA AYÚS, 2018. ECO, la criptomoneda sin ICO del cofundador de Uber. Rewisor.
URL. <https://www.revisor.com/eco-criptomoneda-sin-ico-uber>
- CURIOSFERA, 2020. Historia del taxi – Origen y evolución. CurioSfera Historia.
URL. <https://curiosfera-historia.com/historia-del-taxi/>
- C. (2019, 25 julio). Tipos de Uber. ClasificaciónDe. <https://www.clasificacionde.org/tipos-de-uber/>
- DIARIO DE FINANZAS, 2019. Juan de Antonio: El hombre que cambió la movilidad de la ciudad con Cabify. URL. <https://eldiariodefianzas.com/juan-de-antonio-el-hombre-que-cambio-la-movilidad-de-la-ciudad-con-cabify/>
- ECOMMERCE NEWS, 2020. Quelle, L. Rakuten controla el 47% de Cabify con una inversión de +232MM€ en tres años. Ecommerce News. URL <https://ecommerce-news.es/rakuten-controla-el-47-de-cabify-con-una-inversion-de-232mme-en-tres-anos/>
- ECONOMIPEDIA, 2016. Roldán, P. N. Competencia imperfecta. Economipedia.
URL. <https://economipedia.com/definiciones/competencia-imperfecta.html>.
- EL CONFIDENCIAL, 2018. Cabify negocia una venta estratosférica por 3.000 M al gigante Lyft (y rival de Uber). El Confidencial.
URL. https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2018-07-06/cabify-uber-lyft-didi-vtc-taxi_1587865
- EL CONFIDENCIAL, 2018. Yubero, B. Juan, fundador de Cabify, un caso raro: vive en un piso de 60 metros, aunque su compañía vale 1.200 millones. El Español.
URL. https://www.lespanol.com/reportajes/20180706/juan-fundador-cabify-metros-compania-vale-millones/320468920_0.html.
- EL CONFIDENCIAL, 2019. El discreto millonario español que hay detrás de la polémica Cabify. El Confidencial.
URL. https://www.vanitatis.elconfidencial.com/famosos/2018-07-31/el-discreto-millonario-espanol-que-hay-detras-de-la-polemica-cabify_1599374/

- EL CONFIDENCIAL, 2020. Cabify más cerca de bolsa: ya consigue ganar dinero con el negocio de las VTC). El Confidencial.
URL. https://www.elconfidencial.com/mercados/2020-02-05/cabify-primera-rtc-beneficios-apunta-salida-bolsa_2442440/
- EL ESPAÑOL, 2018. Vera, J. El mismo trayecto en taxi, Uber, Cabify y Mytaxi: ¿quién llega antes? ¿cuál es más barato? El Español.
URL. https://www.elespanol.com/reportajes/20181007/mismo-trayecto-uber-cabify-mytxi-llega-barato/343216177_0.html
- EL ESPAÑOL, 2018. Yubero, B. Juan, fundador de Cabify, un caso raro: vive en un piso de 60 metros aunque su compañía vale 1.200 millones. El Español.
URL. https://www.elespanol.com/reportajes/20180706/juan-fundador-cabify-metros-compania-vale-millones/320468920_0.html
- EL ESPAÑOL, 2020. Fernández, M. Uber empezará a mostrar anuncios encima de algunos de sus coches. El Español.
URL. https://www.elespanol.com/omicrofono/20200225/uber-empezara-mostrar-anuncios-encima-coches/470203604_0.html
- EL INDEPENDIENTE, 2019. Aller, M. G. El rescate que el taxi necesita. El Independiente.
URL. <https://www.elindependiente.com/economia/2019/01/27/el-taxi-puede-apagarse/>
- EL MUNDO, 2014. Martín, D. Guerra por la publicidad en los taxis. ELMUNDO.
URL. <https://www.elmundo.es/madrid/2014/08/15/53ed02d5ca4741ef748b458c.html>
- EL MUNDO, 2018. Agencias, M. E. L. Los taxistas desconvocan la huelga y dan una «tregua» hasta septiembre. ELMUNDO.
URL. <https://www.elmundo.es/economia/2018/08/02/5b6234bf468aebbf648b4610.html>
- EL MUNDO, 2019. Rosauero Varo vende sus 2.000 licencias de VTC a Cabify a cambio de acciones. ELMUNDO.
URL. <https://www.elmundo.es/economia/empresas/2019/04/05/5ca7ace4fdddf27498b472a.html>

- EL MUNDO, 2019. Rocés, P. R. Madrid revoluciona las tarifas del taxi: precio cerrado y un 10% más barato en días de alta contaminación. ELMUNDO.
URL. <https://www.elmundo.es/madrid/2019/12/12/5df12d63fc6c8365648b463e.html>
- EL PAÍS, 2018. Por qué protestan los taxistas y otras claves del conflicto. EL PAÍS.
URL. https://elpais.com/economia/2018/07/30/actualidad/1532941290_573181.html
- EL PAIS, 2018. Gutiérrez, H. Uber volverá a Barcelona tres años después y el taxi amenaza con protestas. EL PAÍS.
URL. https://elpais.com/economia/2018/03/06/actualidad/1520342854_287729.html
- EL PAÍS, 2018. Así te hemos contado la huelga de taxis de julio. EL PAÍS.
URL. https://elpais.com/economia/2018/08/01/actualidad/1533107333_963263.html
- EL PAÍS, 2019. Muñoz, R. Rosauro Varo vende sus 2.000 licencias de VTC a Cabify. EL PAÍS.
URL. https://elpais.com/economia/2019/04/05/actualidad/1554485797_738746.html
- EL PAIS, 2019. Congostrina, A. L. Los taxistas de Barcelona ponen fin a la huelga en medio de la división. EL PAÍS.
URL. https://elpais.com/ccaa/2019/01/23/catalunya/1548236261_680440.html
- EL PAIS, 2020. Pascual, M. G. “El modelo de aprovecharse de los datos para hacerse rico se está agotando”. EL PAÍS RETINA.
URL. https://retina.elpais.com/retina/2018/10/11/innovacion/1539252187_819322.html
- EUROPA PRESS, 2014, 1 enero. Los taxis podrán llevar publicidad en su exterior a partir en 2014. europapress.es. URL. <https://www.europapress.es/madrid/noticia-taxis-podran-llevar-publicidad-exterior-partir-2014-20140101095246.html>
- EUROPA PRESS. 2018. Cabify cubre sus emisiones de CO2 combatiendo la deforestación de la selva amazónica. europapress.es.
URL. <https://www.europapress.es/economia/noticia-cabify-cubre-emisiones-co2-combatiendo-deforestacion-selva-amazonica-20181122172552.html>
- EXPA, 2020, 19 junio. URL. <https://www.expa.com/>

- FORBES, 2020. Garrett Camp. URL. <https://www.forbes.com/profile/garrett-camp/#5ea58f597b89>
- FORBES MÉXICO, 2018. Cabify lanza servicio de taxi aéreo de la mano de Voom. URL. <https://www.forbes.com.mx/cabify-relanza-su-servicio-de-taxi-aereo-de-la-mano-de-voom/>
- GENBETA, 2018. Castillo, T. Uber vuelve a Barcelona: la cronología de sus idas y venidas desde 2014 a 2018. Genbeta. URL. <https://www.genbeta.com/actualidad/uber-vuelve-hoy-a-barcelona-la-cronologia-de-sus-idas-y-venidas-desde-2014-a-2018>
- HIPERTEXTUAL, 2020. Ara Rodríguez. Uber rompe los esquemas: ahora te podrá recoger un taxi a precio de VTC. URL. <https://hipertextual.com/2019/11/uber-taxi-precio-rtc>
- INE, 2020. Turismos de servicio público por comunidades, ciudades autónomas y provincias, ámbito territorial y disponibilidad de taxímetro (a 31 de julio de cada año). INE. URL. <https://www.ine.es/jaxi/Tabla.htm?path=/t10/p109/10/&file=00001.px&L=0>
- INFOTAXI, 2018. ¿Cuándo coger taxi, Uber o Cabify? Precio, coche, seguridad... Los pros y contras, según la OCU. Infotaxi.net. URL. <https://www.infotaxi.net/cuando-coger-taxi-uber-o-cabify-precio-coche-seguridad-los-pros-y-contras-segun-la-ocu/>
- INFOTAXI, 2019. Los primeros taxis de Madrid. Infotaxi.net. URL. <https://www.infotaxi.net/los-primeros-taxis-de-madrid/>
- LA PUBLICIDAD, 2020. Redacción, L. Cabify lanza la primera campaña que cambia en tiempo real según la necesidad de los usuarios. La Publicidad. URL. <https://lapublicidad.net/cabify-lanza-la-primera-campana-que-cambia-en-tiempo-real-segun-la-necesidad-de-los-usuarios/>
- LA RAZÓN, 2019. A. Maisanaba. El "pelotazo" del taxi: licencias de 500 euros que se revenden a 135.000. URL. <https://www.larazon.es/economia/el-pelotazo-del-taxi-licencias-de-500-euros-que-se-revenden-a-135-000-HB21648492/>
- LINKEDIN, 2020. Trayectoria profesional de Juan de Antonio, Cabify. URL. <https://es.linkedin.com/in/juandeantonio>.

- MARTINEZ, A. (2020). Competencia monopolística: Modelo de Chamberlin | Policonomics. POLINOMICS. <https://policonomics.com/es/lp-competencia-monopolistica-modelo-chamberlin-competencia-monopolistica/>
- MIGUEL TOMÁS ROMERO, 2018. Historia del taxi en España.
URL. <https://migueltommas.net/2018/11/14/historia-del-taxi-en-espana/>
- MINISTERIO DE FOMENTO, 2020. Datos del registro general | Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana URL. <https://www.mitma.gob.es/transporte-terrestre/informacion-estadistica/estadisticas-estudio/datos-del-registro-general>
- NEWCAPITAL, 2019. La historia de Travis Kalanick, el Co-Fundador de Uber, la startup privada. URL. <https://www.newcapital-securities.com/post/2019/04/25/travis-kalanick>
- OCU, 2016. Cuánto pagamos por coger un taxi en 54 ciudades. www.ocu.org.
URL. <https://www.ocu.org/coches/coches/informe/taxis-precios>.
- OCU, 2016. Un estudio de OCU señala diferencias del 110% en las tarifas del taxi. OCU.
URL. <https://www.ocu.org/organizacion/prensa/notas-de-prensa/2016/precios-taxis-ocu>
- OCU, 2018. Pone a prueba los servicios de taxi, Uber y Cabify #. OCU.
URL. <https://www.ocu.org/organizacion/prensa/notas-de-prensa/2018/ubercabifytaxi030418>.
- OCU, 2018. OCU pone a prueba los servicios de taxi, Uber y Cabify #. OCU.
URL. <https://www.ocu.org/organizacion/prensa/notas-de-prensa/2018/ubercabifytaxi030418>
- OCU, 2019. Cuánto pagamos por coger un taxi en 54 ciudades. www.ocu.org.
URL. <https://www.ocu.org/coches/coches/informe/taxis-precios>.
- THE NEW YORK TIMES, 2019. Grocer, S. Uber sale a la bolsa de valores: todo lo que necesitas saber. URL. <https://www.nytimes.com/#publisher>.
<https://www.nytimes.com/es/2019/05/09/espanol/uber-bolsa-de-valores.html>

-
- UBER TECHNOLOGIES INC, 2020. La historia de Uber. URL. <https://www.uber.com/es-ES/newsroom/historia/>
- UBER TECHNOLOGIES INC, 2020. Busca una ciudad | Empieza aquí para planear tu viaje | Uber. (2020). uber. URL. <https://www.uber.com/global/es-es/cities/>
- UBER, 2020. ¿Calcular la tarifa de tus viajes con Uber? Descubre la calculadora de precios. URL. <https://www.uber.com/es-ES/blog/calcular-tarifa-de-uber/>
- VOZ POPULI ECONOMÍA, 2020. Triguero, B. Cabify entra por primera vez en beneficios operativos en el último trimestre de 2019. Vozpópuli. URL. https://www.vozpopuli.com/economia-y-finanzas/Cabify-numeros-beneficio-trimestral-millones_0_1325267611.html
- 20 MINUTOS, 2018. ¿Cuánto cuestan las licencias de taxi y las licencias de VTC? URL. <https://www.20minutos.es/noticia/3406986/0/cuanto-cuesta-licencias-vtc-taxi-huelga/>
- 20 MINUTOS, 2019. La Comunidad de Madrid unifica y actualiza las tarifas interurbanas de taxi. URL. <https://www.20minutos.es/noticia/3809232/0/tarifas-interurbanas-taxi-madrid/>