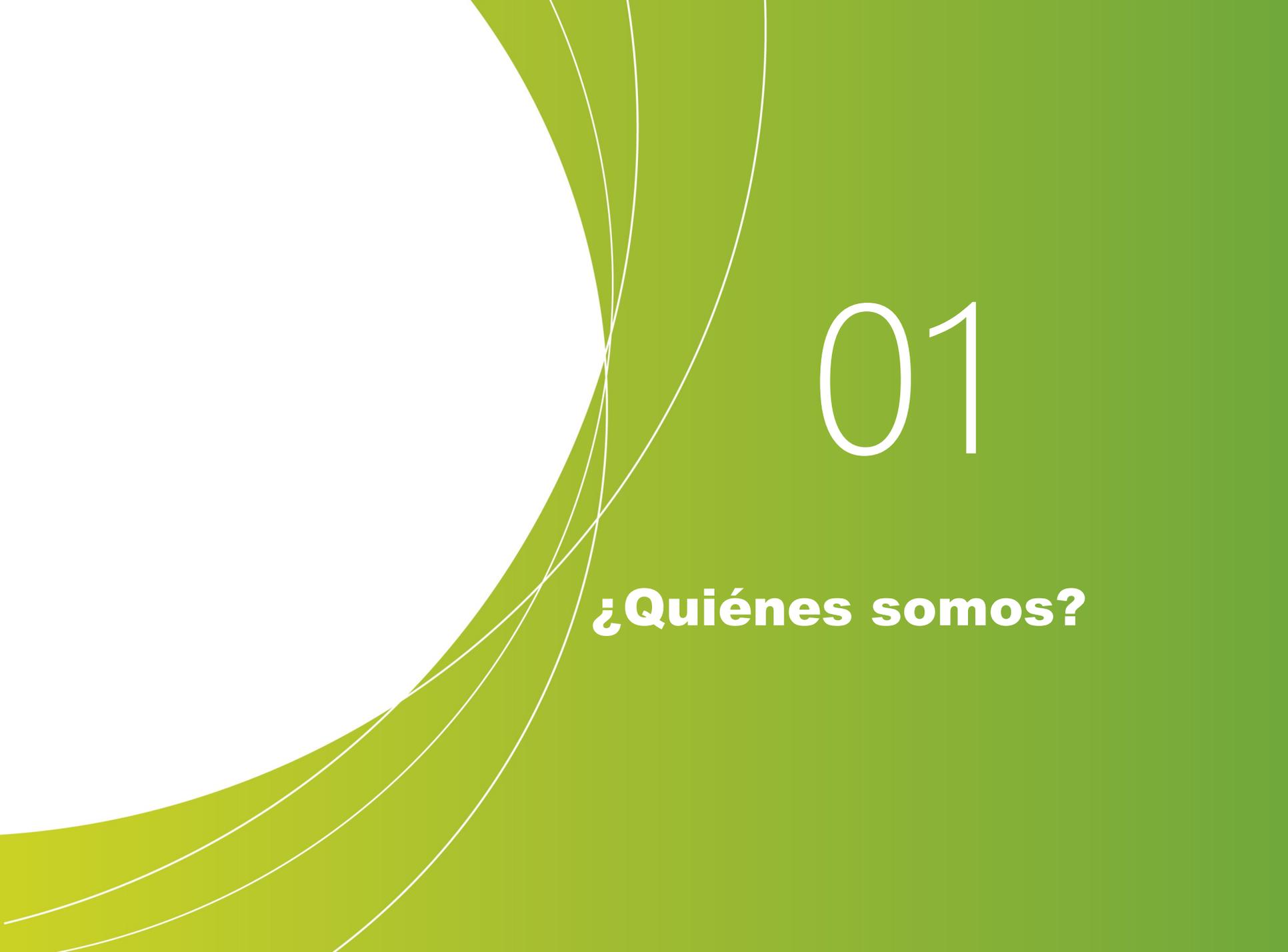




La fuerza
de tus decisiones

La protección de los derechos de las personas consumidoras en la economía colaborativa

Sevilla 12 de marzo de 2019

The background features a solid green field on the right side, which transitions into a white area on the left. Several thin, white, curved lines sweep across the green area, creating a sense of movement and depth. The overall aesthetic is clean and modern.

01

¿Quiénes somos?

1. ¿Quiénes somos?

- Asociación de consumidores y usuarios con mas de 40 años
- 250.000 socios en toda España
- 200 profesionales
- Representante del Consejo de Consumidores y Usuarios en el Consejo Económico y social
- Información y defensa de los consumidores

The screenshot shows the OCU website homepage. At the top, there is a navigation bar with links for 'MOVILIZATE', 'SALUDABIT', 'OCU INVERSIONES', 'MOOVERANG', 'PRENSA Y RELACIONES INSTITUCIONALES', and 'WWW.OCU.ORG'. Below this is a search bar and a 'BIENVENIDO' message. The main content area features a large article titled 'Subidas en telecomunicaciones' with a sub-headline 'Los principales operadores suben los precios de paquetes de Internet y telefonía (los Fusión de Movistar, un 15% en poco más de un año). ¿Buscas alternativas? Las tenemos.' and a 'Ver Comparador' button. To the right, there is a 'NOTICIAS' section with several headlines, including 'OCU pide que se siga investigando el brote de botulismo', 'Nos preocupan nuestros gatos y perros mimos encasado a más de...', 'Las marcas afectadas por el brote de botulismo', 'Afectados Vueling: exige tus derechos y pide tu indemnización', and 'Lo que debes saber sobre el virus del Zika'. At the bottom, there is a section titled 'Nuestra independencia, tu garantía' with three sub-sections: 'OCU Plus' (Compras online, Reembolso garantizado), 'Energía Solar Térmica' (Oferta Renovamos, Aprovecha al sol), and 'Saludabit' (Cuida tu salud, Plan Saludabit Plus, Recorta un 30% la factura).



The background features a solid green field on the right side, which transitions into a white area on the left. Several thin, white, curved lines sweep across the green area, creating a sense of movement and depth. The number '02' is positioned in the upper right quadrant of the green area.

02

**OCU y El Consumo
Colaborativo**

La Economía Colaborativa es un modelo centrado en la colaboración entre particulares y la ayuda mutua que se basa en **compartir, prestar, alquilar, comprar o vender productos en función de necesidades específicas**. Aunque en la mayoría de las ocasiones conlleven transacciones monetarias también cabe el trueque, el pago en tiempo o las transacciones altruistas. Se manifiesta en el mercado de bienes y servicios a través de distintas expresiones:

Consumo colaborativo: Utiliza plataformas digitales a través de las cuales los usuarios se ponen en contacto para intercambiar bienes o artículos.

Conocimiento abierto: Son todas aquellas modalidades que promueven la difusión del conocimiento sin barreras legales o administrativas. Pueden presentarse en el día a día o a través de plataformas informáticas a las que acuden usuarios con necesidades.

Producción colaborativa: Se trata de redes de interacción digital que promueven la difusión de proyectos o servicios de todo tipo. La diferencia con los dos modelos anteriores es que lo que se ofrece también se produce en el seno de estas células.

Finanzas colaborativas: Microcréditos, préstamos, ahorros, donaciones y vías de financiación se incluyen en este subgrupo de la economía colaborativa. Los usuarios se ponen en contacto para satisfacer necesidades en cualquiera de estos aspectos. El mejor ejemplo lo vemos en el crowdfunding, modelo de financiación para aquellos que deseen aportar capital a ciertas iniciativas.

- En **movilidad**, la economía colaborativa propone un uso más eficiente de los recursos, donde el paso del producto al servicio se pueda hacer a través de plataformas digitales para poder intercambiar entre los unos y los otros en cualquier ámbito, como ya ocurre con las flotas de alquiler a corto plazo (carsharing de bajas emisiones) y trayectos compartidos en viajes de largo recorrido (carpooling).
- En el ámbito de la **ropa y el calzado** la economía colaborativa encuentra su espacio en plataformas que ponen en contacto a vendedores y compradores de ropa usada.
- En **finanzas**, la economía colaborativa se manifiesta a través del crowdfunding como herramienta financiera que nos permite invertir dinero en proyectos en los que creemos, con especial mención al crowdfunding ético o con impacto social.
- En el **hogar**, la economía colaborativa propone sacar rendimiento a los recursos infrautilizados y compartir las cosas que tenemos infrautilizadas en el trastero con nuestros familiares, vecinos o incluso con desconocidos.
- En nuestro **ocio** no podemos dejar de mencionar el turismo colaborativo a través de plataformas como Airbnb o Homeaway. Además, hay muchas dinámicas beneficiosas de consumo colaborativo como el intercambio de casas, gratuito en un entorno de confianza, las estancias en granjas ecológicas como las de Wwoof a cambio de trabajo, o el couchsurfing que permite viajar alojándose en casa de lugareños que comparten (gratuitamente) su casa y su tiempo.



2. OCU y El Consumo Colaborativo

- Información sobre consumo colaborativo: Desde 2013 ha publicado 68 artículos sobre consumo colaborativo.
- Entre los más relevantes:

Satisfacción de los Usuarios

ESTUDIO Consumo colaborativo

Consumo entre particulares quien lo prueba, repite

Alquilar un piso el fin de semana, compartir coche, comprar una bici de segunda mano... El consumo colaborativo gana popularidad día a día, probablemente porque responde mejor que otros modelos a las necesidades de quienes confían en él.



En los últimos tiempos, el consumo colaborativo se ha dado a conocer en los medios de comunicación. Pero el secreto se ha guardado en pequeñas iniciativas entre particulares que intentan cambiar hábitos y servicios a través de una plataforma digital. Un modelo que, desde Internet, se ha desarrollado rápidamente, porque es sencillo de implementar que crecer en su número al más increíble a lo largo. En algunos momentos pueden ser de difícil acceso o incluso a través de plataformas especializadas y que para su utilización se requiere un conocimiento, formación o alguna experiencia previa en ciertos sectores, lo que puede ser un obstáculo para algunos usuarios que desearían probarlo.

Las transacciones dentro de Internet son de consumo colectivo, pero no es así, también los usuarios pueden ser usuarios de plataformas o servicios que ofrecen a los usuarios que desearían probarlo.

¿ES UN SERVICIO?

Se trata de un servicio que ofrece un producto o servicio a través de una plataforma digital. El usuario puede ser el proveedor o el consumidor. El servicio puede ser de alquiler, compra o venta de un producto o servicio.

Es un servicio que ofrece un producto o servicio a través de una plataforma digital. El usuario puede ser el proveedor o el consumidor. El servicio puede ser de alquiler, compra o venta de un producto o servicio.

El modelo de negocio de este tipo de plataformas se basa en la intermediación entre los usuarios que ofrecen un producto o servicio y los que lo necesitan. El modelo de negocio puede ser de alquiler, compra o venta de un producto o servicio.

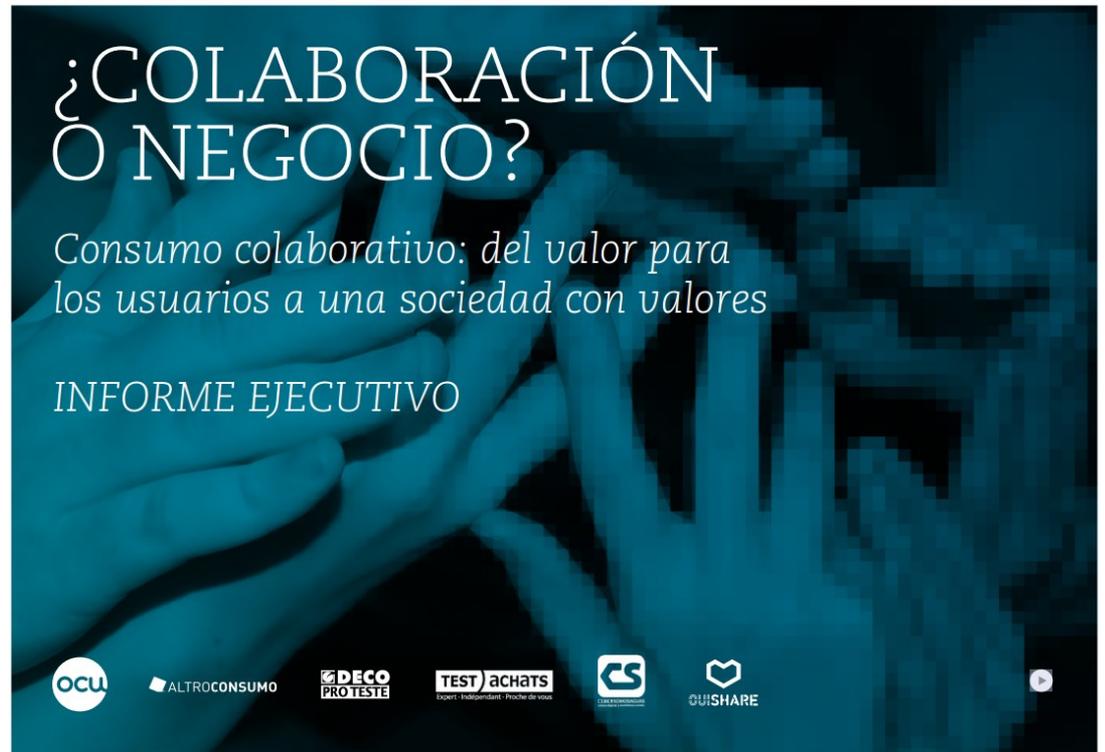
¿ES UN SERVICIO?

Se trata de un servicio que ofrece un producto o servicio a través de una plataforma digital. El usuario puede ser el proveedor o el consumidor. El servicio puede ser de alquiler, compra o venta de un producto o servicio.

Es un servicio que ofrece un producto o servicio a través de una plataforma digital. El usuario puede ser el proveedor o el consumidor. El servicio puede ser de alquiler, compra o venta de un producto o servicio.

<https://www.ocu.org/consumo-familia/derechos-consumidor/informe/consumo-entre-particulares>

2. OCU y El Consumo Colaborativo

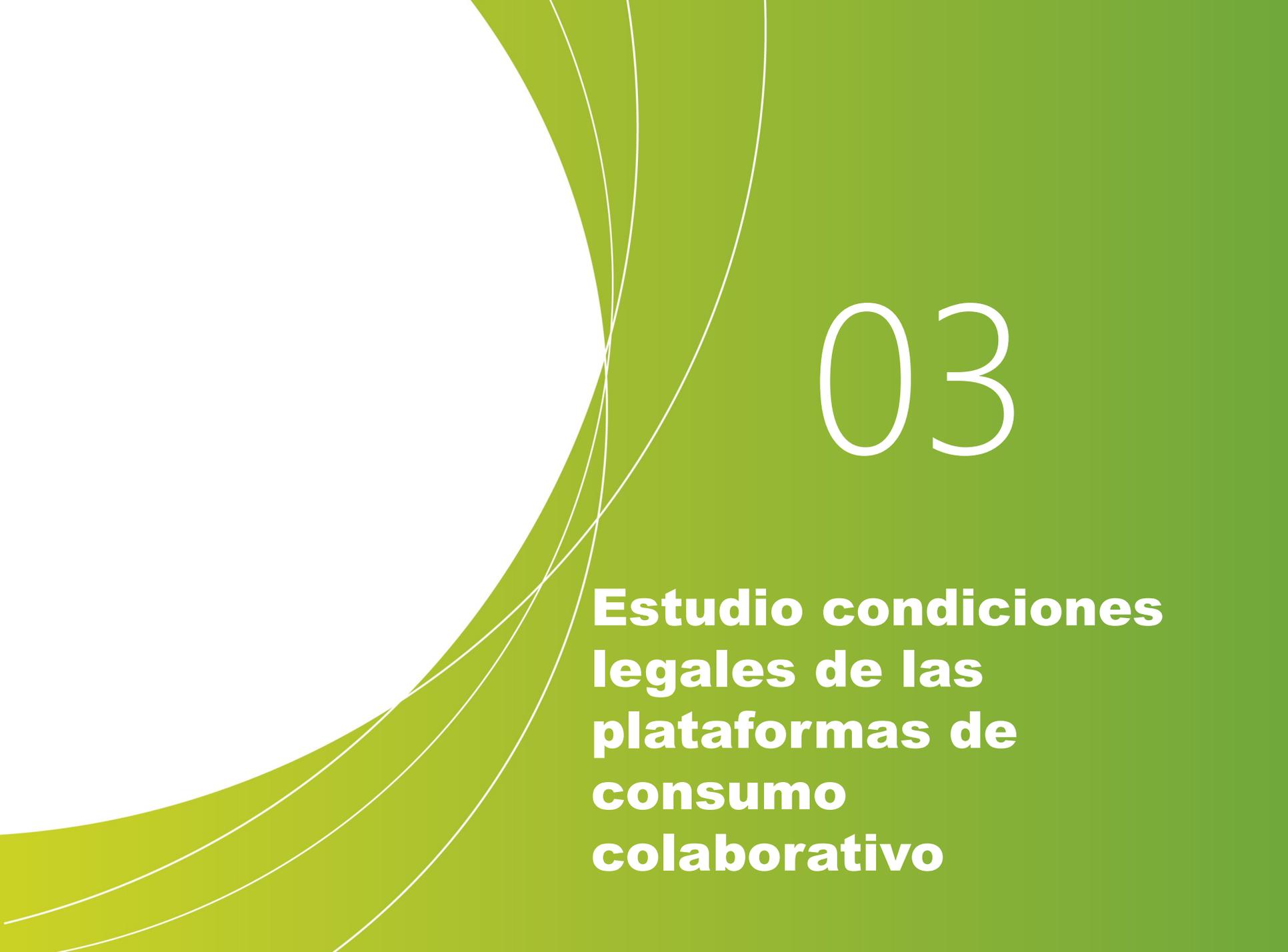


Aspectos legales de las plataformas

Estudio sobre el triple impacto Económico, Social y Medio Ambiental en colaboración con la Universidad Complutense

<https://www.ocu.org/organizacion/que-hacemos/nuestras-acciones/2016/informe-ocu-economia-colaborativa>





03

**Estudio condiciones
legales de las
plataformas de
consumo
colaborativo**

3. Condiciones legales de las plataformas

- Se han analizado más de 70 plataformas 22 de ellas operan en nuestro país (<https://www.ocu.org/consumo-familia/viajes-vacaciones/noticias/informe-consumo-colaborativo>)
- Aspectos analizados:

(1) Web analizada: julio 2015.

Coste (por transacción o % sobre servicio)
La mayoría de las páginas cargan un porcentaje sobre el servicio contratado al proveedor, y a veces también al usuario (Airbnb). En otras, es un importe fijo por transacción o periodo.

Privacidad y protección de datos ¿Cumplen las normas nacionales y europeas de protección de datos personales? ¿Informan al usuario? ¿Los comparten con terceros?

Cookies y comunicaciones comerciales
¿Muestran avisos e información sobre cookies? ¿Las usan para enviar luego mensajes?

Información sobre la compañía Nombre de la empresa, sede social, NIF, registro mercantil y datos de contacto.

Términos y condiciones de la página
¿Muestran las condiciones de uso? ¿Son claras, acordes a las normas y en la lengua del usuario?

Responsabilidad por el servicio de comercio electrónico ¿Asume responsabilidad por los servicios electrónicos: interrupciones, virus...?

Responsabilidad hacia los usuarios (seguros...) ¿Cumplen la normativa? ¿Ofrecen seguros o garantías adicionales?

Condiciones en caso de conflicto ¿Ofrecen medios de contacto, una política de reclamaciones y unos plazos?

Cancelación y de control de comentarios
Valora si dan opción a cancelar y en qué condiciones y si la información es clara y accesible.

3. Condiciones legales de las plataformas

Resultados: Grandes diferencias a nivel legal

VALORACIÓN LEGAL DE LAS PLATAFORMAS

Plataforma	Tipo de actividad	Coste (% sobre servicio o coste por transacción)	Privacidad		Condiciones del servicio, responsabilidad y seguridad						Calificación global (sobre 100)
			Privacidad y protección de datos	Cookies y comunicaciones comerciales	Información sobre la compañía	Términos y condiciones de la página	Responsabilidad por el servicio de comercio electrónico	Responsabilidad hacia los usuarios (seguros, etc.)	Condiciones en caso de conflicto	Política de cancelación y de control de comentarios	
PRODUCTOS USADOS											
MANZANAS USADAS	Segundamano de electrónica	6-8%	*****	****	*****	*****	*****	***	*****	***	80
SEGUNDAMANO	Segundamano de todo	0%	*****	****	*****	*****	*****	***	*****	***	80
PERCENTIL	Segundamano de ropa de niños	0%	*****	*****	*****	****	*	***	*****	***	71
CRECICLANDO	Trueque de cosas de niños	2 €	*****	***	*****	****	*	***	*****	****	69
NOLOTIRO	Donación de cosas	0%	***	***	*	*	*	*	*	*	22
ESTILOS DE VIDA COLABORATIVOS											
LA COLMENA QUE DICE SÍ	Grupos de consumo de alimentos	16,7%	*****	*	*****	*****	*****	***	*****	*****	78
HUERTOS COMPARTIDOS	Alquiler de huertos	75 €	*****	*****	*****	****	*****	***	*****	***	77
TRIP4REAL	Experiencias turísticas con locales	18%	*****	***	*****	****	*****	***	*****	*****	77
ETECE	Microtarefas	23%	*****	*****	*****	*****	*	***	*****	*****	76
VERKAMI	Crowdfunding	5%	*****	*****	****	****	*	***	*****	***	67
TIME REPUBLIK	Banco de tiempo online	0%	*****	****	***	**	*****	***	***	****	63
GUDOG	Cuidadores de mascotas	0%	*	*	*****	****	*****	*****	****	***	56
ULULE	Crowdfunding	4,17-6,67%	***	*	***	***	*****	***	***	***	50
EATWITH	Comer en casa de particulares	0%	*	*	*	*	*	*	*	*	10
ACCESO A BIENES											
HOMEAWAY.ES	Alquiler de alojamientos	179-899 €/año	*****	*****	*****	*****	*	*****	*****	*****	82
SOCIAL CAR	Alquiler de coches P2P	15-20%	*****	****	*****	*****	*	*****	*****	*****	80
AMOVENS (1)	Alquiler de coches P2P	n.L.	*****	***	*****	*****	*	*****	*****	*****	78
AIRBNB.ES	Alquiler de alojamientos	3%/6-12%	*****	**	*****	*****	*	*****	***	*****	70
BLABLACAR.ES	Compartir viaje (car pooling)	0,96€+ 10,77%	***	***	****	*****	*	*****	**	*****	59
INTERCAMBIOCASAS	Alquiler de alojamientos	130 €/año	*	*	*	*	*	*	*	*	10



- **4 preguntas sobre las plataformas de consumo colaborativo**

- ¿Son útiles **y seguras para los consumidores?**
- ¿Qué **responsabilidades legales** tienen las plataformas y los usuarios?
- ¿Producen los **supuestos impactos beneficiosos a nivel económico, social y medioambiental** que se atribuyen?
- ¿Consiguen un **cambio de paradigma económico** creando interacciones basadas en **la colaboración y la confianza?**

- **Y algunas respuestas: son útiles y seguras, pero mejorables**

- Los **usuarios tienen claro que el consumo colaborativo crea valor** para ellos, es útil y responde a sus expectativas. Los **pocos conflictos** que mencionan los encuestados confirman la idea de que en general es un **entorno seguro**.
- Por otro lado, convendría **definir mejor la responsabilidad de las plataformas respecto a las transacciones** que se cierran a través de ellas, mejorar la información y conseguir que la **distinción entre proveedores profesionales y particulares** resulte clara para los usuarios, pues de ello depende que se apliquen las leyes de protección al consumidor, y **mejorar los sistemas de resolución de conflictos**, aplicando la legislación del país donde se encuentre el usuario.
- Solo una de cada tres plataformas respondió al cuestionario para medir su impacto económico, social y medioambiental y ninguna aportó datos fiscales: la transparencia escasea. Lo que sí queda claro es que son eficientes, pues manejan numerosas transacciones con pocos recursos.
- El estudio del diseño social de las plataformas revela que existen al menos tres orientaciones distintas, según el propósito principal de cada plataforma:
 - **46% de las plataformas (55% de las 21 operan en España) están orientadas a la conexión de usuarios en redes de relaciones** basadas en intereses comunes y en su reputación virtual, entre ellas: Airbnb, BlaBlacar, Eatwith, Etecé, Socialcar...
 - **28% de las plataformas (35% de las españolas) están orientadas a la transacción:** su objetivo es facilitar intercambios prácticos entre sus usuarios, entre ellas: Segundamano, Homeaway, Amovens, Creciclando...
 - **26% de las plataformas (10% de las españolas) estudiadas están orientadas a la comunidad y se plantean objetivos como mejorar la cohesión social o promover hábitos de consumo sostenibles.** En este grupo en España destacan Huertos Compartidos y La Colmena que dice Sí.

04

**Nuevos derechos.
Nuevos deberes.
Aspectos legales**

4.1

**¿Consumidor versus
Prosumidor?**

4.1. consumidor/prosumidor



PROSUMIDOR
PRODUCTOR+CONSUMIDOR

- **De la Economía lineal a la circular**
- **Cambio en el modelo de posesión**
- **El consumidor que presta servicios**
- **A las relaciones entre particulares se les aplica el código civil**
- **No existe una regulación adecuada sobre los derechos y obligaciones del prosumidor**
- **Recomendación UE establecer umbrales basados en el nivel de actividad**



The background features a solid green color on the right side, transitioning into a white area on the left. Several thin, white, curved lines flow from the white area towards the green area, creating a sense of movement and depth.

4.2

PROTECCION DE DATOS

4.2 protección de datos

No todas las plataformas respetan los derechos de los consumidores en materia de protección de datos

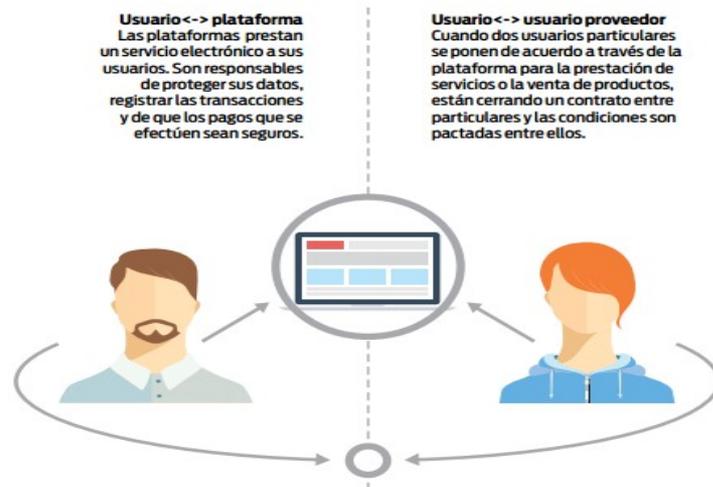
- **Falta de información sobre el tratamiento de datos y los derechos de acceso y rectificación**
- **Falta de información sobre cookies y comunicaciones comerciales.**



4.3

Régimen de responsabilidad

4.3 Régimen de responsabilidad



La responsabilidad de las plataformas dependerá de su grado de implicación en la actividad subyacente, ya que aquellas plataformas que no funcionan solo como intermediarias, sino que además intervienen en la actividad fijando precios, estableciendo las condiciones de contratación, eligiendo al proveedor del servicio, etc., deben asumir una responsabilidad mayor con respecto al servicio que ofrecen.

La Comisión Europea establece tres tipos de plataformas en función de su responsabilidad:

- las de “alojamiento de anuncios” que no participan en la transacción
- las de “gestión activa de las transacciones” que influyen en las mismas pero no las controlan
- las “plataformas de transacciones reguladas”, que se caracterizan por limitar la capacidad de los usuarios de decidir entre ellos las cláusulas contractuales y dan la impresión de que asumen la responsabilidad (parcial) por la ejecución de la transacción.

4.3 Régimen de responsab



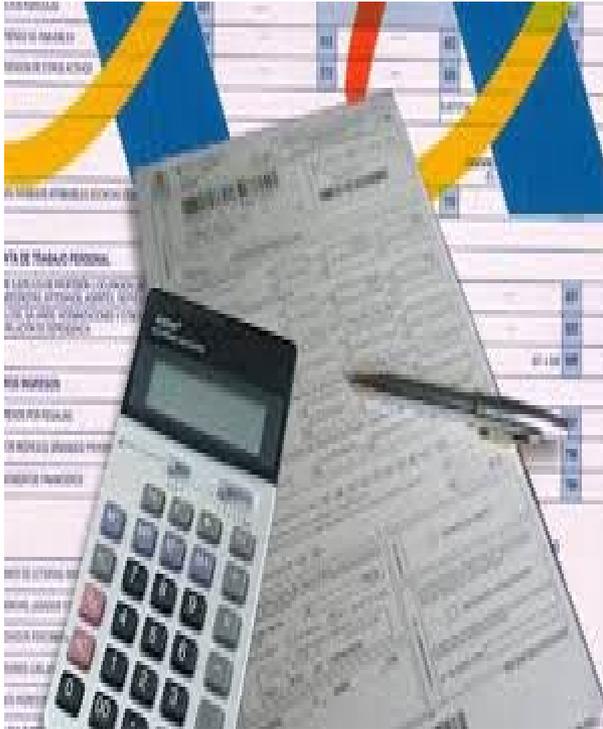
- **No existe una regulación adecuada**
- **Es necesario establecer un régimen de responsabilidad de plataforma al menos en los servicios que presta a los consumidores**
- **Especialmente en los pagos que se realizan**
- **Hay que distinguir bien entre particulares y profesionales.**
- **No puede ser tapaderas para recortar derechos a los consumidores**
- **Recomendación UE adoptar medidas voluntarias para luchar contra contenidos ilegales y aumentar la confianza digital**



4.4

Fiscalidad

4.4 Fiscalidad



- **Todos deben pagar impuestos**
- **Obligaciones equilibradas**
- **Responsabilidad de las plataformas en el pago de los impuestos.**
- **Obligaciones simplificadas y colaboración de las plataformas para registrar y facilitar la recaudación de impuestos**



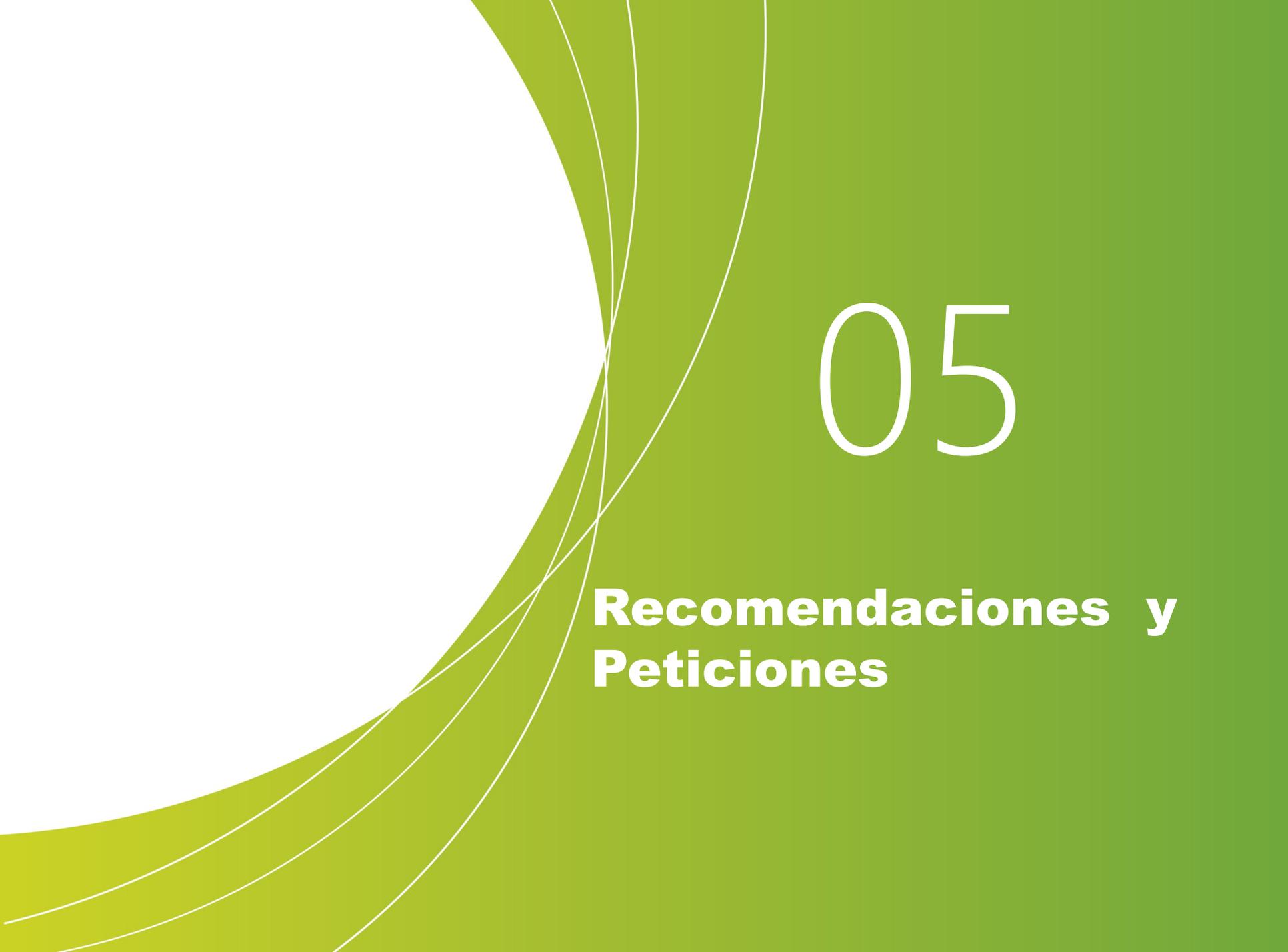
4.5

Régimen Laboral

4.5 Régimen laboral

- **Dificultad para determinar cuando se ejerce una actividad profesional**
- **Las plataformas no pueden ser excusa para evitar las obligaciones laborales**
- **Es necesario establecer criterios para determinar la existencia de relaciones laborales (relación de subordinación a la plataforma, la naturaleza del trabajo o la remuneración)**





05

**Recomendaciones y
Peticiones**

5. Recomendaciones a las plataformas I

1. Trabajar para crear un entorno seguro en que los usuarios puedan interaccionar.
2. Establecer reglas de uso fáciles de comprender y muy visibles para los usuarios. Toda la información legal y las condiciones de uso deben indicarse en la lengua o lenguas del país en el que operan.
3. Comprobar que los proveedores disponen de los seguros adecuados para la actividad que ofrecen o bien proporcionar una cobertura adecuada.
4. Informar a todos sus usuarios, tanto a los que actúan como consumidores como los que asumen el papel de prosumidores, acerca de la legislación que se les aplica, según el país y el sector en el que operen.
5. Aclarar y mejorar la protección al consumidor: con demasiada frecuencia, los consumidores no reciben suficiente información (a veces, ninguna) sobre la plataforma que están usando (datos de contacto, estatus de la compañía), la actividad en la que participan y sus derechos básicos. Es más, en ocasiones esos derechos no se respetan.



5. Recomendaciones a las plataformas II

6. las plataformas deberían desarrollar los filtros adecuados para que los consumidores tengan siempre claro el estatus legal del proveedor con el que están tratando.
7. Desarrollar sistemas de reputación virtual fiables, que incluyan mecanismos como los comentarios cruzados y la verificación de identidad de los usuarios. También recomendamos que permitan a los usuarios ser “dueños” de su reputación virtual de forma que, en un futuro, sea posible transportarla desde unas plataformas a otras como una moneda social.
8. Desarrollar y poner en práctica mecanismos de reclamación adecuados, que permitan un buen seguimiento de la reclamación. La introducción de un sistema de arbitraje sería también una mejora deseable.
9. Sería beneficioso para el conjunto de la economía colaborativa que las plataformas fueran más transparentes y rindieran cuentas de su impacto económico, social y medioambiental.
10. Realizar mayores esfuerzos para medir el triple impacto de sus actividades a nivel económico, social y medioambiental.



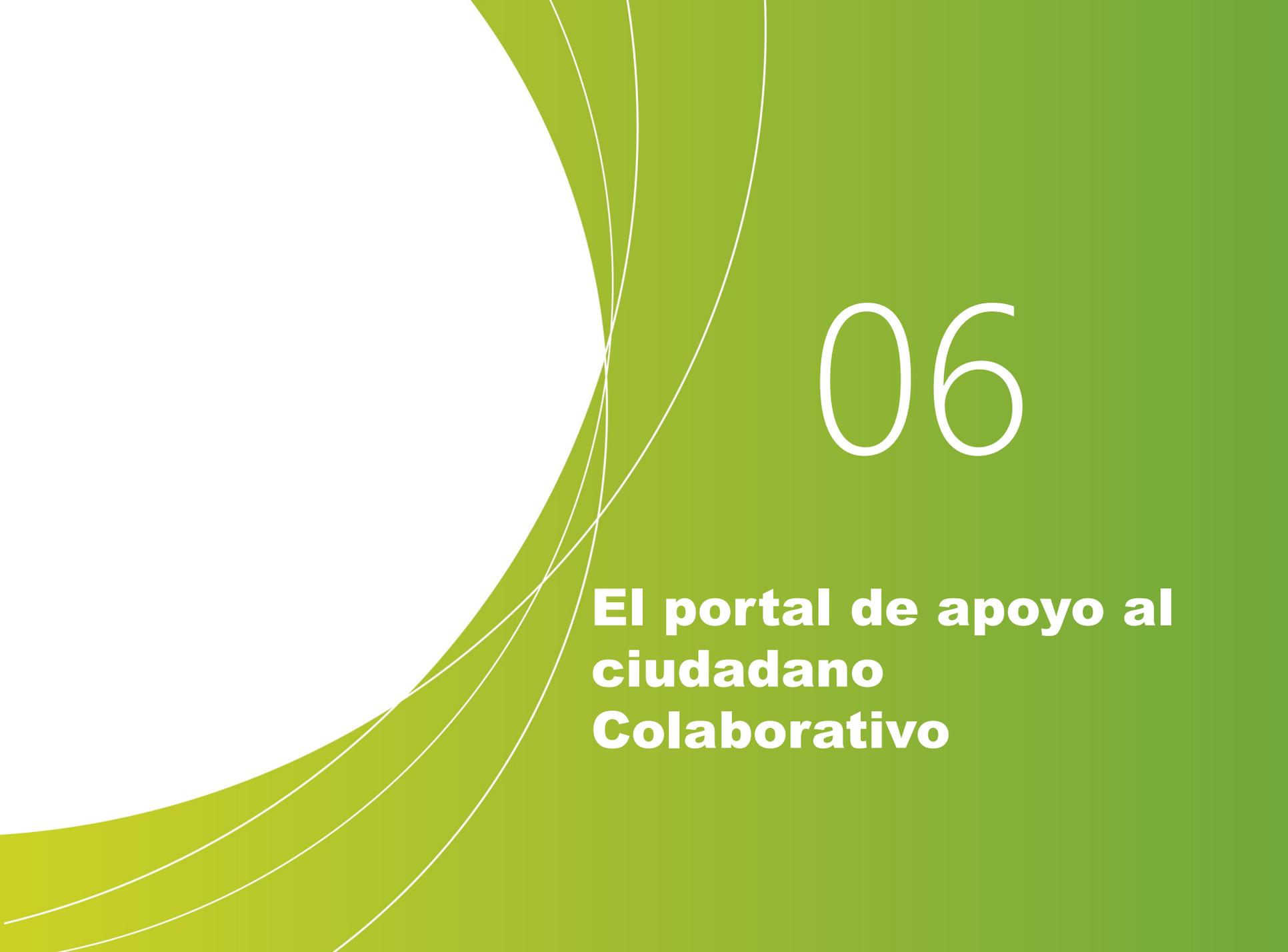
5. Peticiones a las administraciones I

1. Las autoridades deben asegurar la unidad del mercado entre las diferentes regiones y países introduciendo un marco común europeo para proteger a los usuarios en aquellas actividades que típicamente se desarrollan de forma internacional, como el transporte o los alojamientos.
2. También se debería vigilar el mercado y promover un entorno competitivo para evitar la creación de oligopolios y monopolios en el consumo colaborativo.
3. Es necesario aclarar las funciones y las responsabilidades de las plataformas: los usuarios se merecen tener una legislación clara que especifique la responsabilidad cuando se producen conflictos o problemas.
4. Los legisladores deben definir los parámetros que distinguen a una actividad profesional de una actividad privada. Idealmente, esa definición debería funcionar a nivel europeo
5. El consumo colaborativo no debe ser asfixiado por un exceso de regulación: las relaciones saldrían beneficiadas si se desregulan y simplifican. Por otro lado, en las relaciones B2C, la normativa de protección al consumidor debe ser reforzada a nivel institucional y respetada por los proveedores profesionales.



5. Peticiones a las administraciones II

6. Los legisladores deben reconocer al "prosumidor" como un nuevo tipo de actor económico y definir reglas simples que delimiten las obligaciones tributarias y administrativas para los ciudadanos que ofrecen un servicio no profesional de forma ocasional.
7. Un buen cumplimiento de las obligaciones fiscales es esencial para contrarrestar la competencia desleal y por su contribución positiva a la sociedad. En particular, dado que los puestos de trabajo estables son cada vez más escasos y que los prosumidores pueden generar micro-ingresos mediante los servicios que prestan en CC (es decir, microtarefas, turismo P2P, "social dining"), se debe diseñar un impuesto sobre las actividades de CC que sea "justo".
8. Los gobiernos deben supervisar y evaluar el triple impacto (económico, social y ambiental) del consumo colaborativo en toda la sociedad
9. Los legisladores deben garantizar el derecho a la innovación tecnológica, incluso si la innovación supone un reto a la forma tradicional de hacer negocios, sobre todo, teniendo en cuenta que las nuevas tecnologías pueden mejorar la eficiencia en favor de los consumidores. La legislación actual debe ser revisada para dar cabida a las mejoras que son posibles gracias a la tecnología.
10. Y, por último, los gobiernos deben garantizar el cumplimiento de las obligaciones legales que se aplican a todos los participantes en CC.



06

**El portal de apoyo al
ciudadano
Colaborativo**

HUB de consumo colaborativo:

<https://www.ocu.org/consumo-familia/consumo-colaborativo>

OCU La fuerza de tus decisiones

CONTACTAR Qué te ofrecemos Hazte socio

OCU Institucional y prensa OCU Inversiones Fincas y casas

COMPARA E INFÓRMATE MOVILIZATE - ACCIONES OCU RECLAMA CONOCE OCU

PRUEBA OCU, ¡AHORA AL 50% DE DESCUENTO!

Hazte socio

Conviértete en un ciudadano colaborativo

No solo somos consumidores, sino también prosumidores. Descubre una nueva manera de entender la economía y el consumo.

LEER MÁS >

NOTICIA



Recomendamos

INFORME



04 marzo 2016

Alquiler entre particulares

INFORME



20 enero 2016

Carsharing: ahorro y sostenibilidad

INFORME



08 octubre 2017

Prosumidores creatividad en el entorno 2.0



La fuerza
de tus decisiones

Muchas gracias
por la atención

www.ocu.org