¿Economía colaborativa o transporte público?

Ignacio González de Aledo, abogado de ECIJA.

Tres millones de españoles no mienten: a la gente le gusta BlaBlaCar. Dejando al margen (por el momento) si se trata de una forma más de transporte público y, por ende, debería cumplir con las obligaciones legales impuestas para este tipo de transportes, hay un hecho que no puede ser discutido, y es que los adeptos a BlaBlaCar se multiplican cada día en nuestro país. En consecuencia, los primeros afectados por un posible cierre de la plataforma serían ellos: los usuarios, que han convertido a BlaBlaCar en una manera cómoda y económica de desplazarse.

Los datos son los que son: BlaBlaCar opera en la actualidad en un total de 22 países a nivel mundial, pero España ha sido el primero -y el único- de estos países en levantar la mano para denunciar que la plataforma no puede englobarse dentro de una actividad de consumo colaborativo, sino que nos encontramos ante una forma de transporte público que debería regularse y cumplir con las mismas obligaciones que los servicios de autobuses o de taxis.

Pero viajar en BlaBlaCar no es viajar en autobús. Ni en taxi. Viajar en BlaBlaCar es otra cosa. Otra cosa que, guste o no guste a la Comunidad de Madrid, a los autobuseros y a los taxistas, se llama economía colaborativa. Cuatro personas se ponen de acuerdo a través de una aplicación para viajar de un punto a otro compartiendo los gastos del trayecto, ¿dónde está el problema? Veámoslo de otro modo: cuatro amigos de toda la vida hacen un viaje en el mismo vehículo y comparten los gastos de gasolina, ¿transporte público o economía colaborativa?

El problema está en España. El problema está en un país que parece no ser capaz de asimilar que los tiempos cambian y que, al igual que la tecnología se adapta a los nuevos tiempos, nosotros también debemos adaptarnos a la tecnología. No podemos tratar de destruir el negocio del vecino porque hace competencia al nuestro. Precisamente se trata de eso, de libre competencia, de libre mercado, de permitir que nuevos operadores con nuevas ideas de negocio puedan operar libremente y sin restricciones.

La economía colaborativa no es una moda. Es una realidad que está y estará presente en nuestra sociedad, y ante la que tenemos dos opciones: o seguir intentando desmontar su estructura o aceptar que ha llegado para quedarse y que hay que convivir con ella. Adaptarse o morir. Decía Darwin que “las especies que sobreviven no son las más fuertes, ni las más rápidas, ni las más inteligentes; sino aquellas que se adaptan mejor al cambio". Y cuánta razón tenía. En una época de evolución tecnológica y de cambio constante, no ganan los que más pelean contra ese cambio, sino los que mejor se adaptan a él.

A la gente le gusta compartir coche, quedarse en casa de un desconocido o comprar por internet una bicicleta usada, y la razón es más simple de lo que parece: les sale más barato que hacerlo a través de los medios tradicionales y el servicio es igual o incluso más cómodo. Es probable que a autobuseros, hoteleros o establecimientos comerciales les moleste. Pero en la sociedad de la información no hay más opción que adaptarse y disfrutar de sus ventajas o morir.

No se está hablando aquí de rebasar la legalidad. Nadie duda de que los conductores de BlaBlaCar deben cobrar lo estrictamente necesario para cubrir los gastos del trayecto y la propia plataforma sólo debe cobrar comisiones en la medida en que dichas cantidades se utilicen exclusivamente para cubrir los gastos que conlleve la gestión de los servicios prestados a través de la misma. Se trata, en cualquier caso, de compartir y de colaborar, por lo que el ánimo de lucro no debe ser un aliciente para las plataformas de consumo o economía colaborativa.

Pero no seré yo quien decida sobre la legalidad de BlaBlaCar, ya que parece que el asunto traerá cola y será revisado por la Comisión Europea a instancias de la propia compañía de economía colaborativa, que ha decidido desplegar todas sus armas legales contra aquellos que pretenden desterrarla.

Y que conste que este artículo no pretende ser una defensa a ciegas de BlaBlaCar. Pretende ser un alegato a favor de los nuevos modelos de negocio que suponen una colaboración de los usuarios a través de un intermediario, y que simplemente persiguen facilitar y abaratar el acceso a determinados bienes o servicios. Una nueva economía a la que todos -usuarios, operadores del mercado y Administraciones Públicas- debemos adaptarnos si queremos sobrevivir.