



NUEVAS IMPLICACIONES DE LAS TIC: EXPANSIÓN DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

Cipriano Quirós Romero, *Universidad Complutense de Madrid*

PROLOGO

Este documento de trabajo (DT) desarrolla la ponencia presentada, con el mismo título, en el seminario celebrado en febrero de 2019 en la Universidad de la Habana, dentro del primer bloque temático “Cooperación para las reformas económicas y el desarrollo sostenible” del Foro Europa-Cuba. Dada la novedad de la Economía Colaborativa (EC) y la pluralidad de visiones que de la misma se han suscitado en los últimos años, este DT se centra en la presentación de los aspectos de definición y delimitación de estas actividades.

Adicionalmente, la aparición en 2017 de una base de datos que incluye información sobre EC, representativa de la población española, ha permitido realizar un análisis empírico de los determinantes de uso de estas plataformas colaborativas. A pesar de las importantes diferencias entre ambas sociedades, sus resultados pueden servir como espejo para el desarrollo de estas iniciativas en Cuba, detectando los elementos que estimulan e inhiben su implantación. También se presentan los resultados de un conjunto de trabajos realizados para países con diferentes niveles de renta para, de nuevo, a la luz de otras experiencias anteriores, identificar los elementos que pueden condicionar la expansión de estas plataformas colaborativas en Cuba.

No obstante, la conveniencia de enmarcar este estudio en la realidad latinoamericana, la incipiente aparición de múltiples iniciativas y los rasgos específicos de la sociedad y economía cubanas, hacen necesario contar con la participación de investigadores latinoamericanos y, especialmente, cubanos en este estudio. Los resultados de su participación se incorporarán a este DT, ya en el formato de capítulo del libro previsto en el Foro Europa-Cuba.

1. INTRODUCCIÓN

En la última década se ha popularizado el uso de iniciativas inscritas en la denominada economía colaborativa. Uber, en el ámbito del transporte urbano de pasajeros en las grandes ciudades y Airbnb, en el alojamiento vacacional, son las dos plataformas de referencia mundiales. Ambas representan el éxito de iniciativas, en un primer momento locales, que en un periodo extraordinariamente reducido se convirtieron en protagonistas de ambos sectores. Su irrupción incrementó la competencia y alteró el funcionamiento de estos mercados hasta el punto de hacer necesarios cambios en su regulación. Ello ha propiciado, tras las iniciales resistencias de las empresas ya establecidas, una adaptación de las mismas a las nuevas reglas en el mercado, que en muchos casos ha supuesto una mejora de su eficiencia¹.

Comenzando por lo obvio, cuando hablamos de Economía Colaborativa (EC) no estamos ante un concepto nuevo: compartir bienes y servicios es tan antiguo como la humanidad. Pero, ¿por qué se ha producido ahora esta extraordinaria difusión de las plataformas de EC? Siguiendo a Cramer y Krueger (2016) dos elementos son en gran medida responsables de su crecimiento. En primer lugar podría situarse a los avances en las tecnologías de la comunicación, especialmente respecto a la difusión de la conexión a Internet². Más en concreto, el éxito de muchas de estas plataformas aparece vinculado al uso permanente de Internet móvil que los nuevos terminales telefónicos permiten, pero también a la generalización de las aplicaciones informáticas creadas específicamente para estos dispositivos (Shaheen et al., 2017). Todo ello ha provocado una enorme ampliación de la base poblacional susceptible de participar en la EC que, junto a la inmediatez y difusión con la que estas decisiones de colaboración se realizan en el entorno digital, ha favorecido sin duda su desarrollo.

El segundo elemento señalado en Cramer y Krueger (2016) y subrayado en trabajos como los de Sundararajan (2016) u OCDE (2017) es el papel de la confianza. Hay distintos aspectos vinculados a la generación de confianza en estas plataformas digitales que podrían citarse como claves de su éxito³, siendo la posibilidad de compartir las opiniones de consumidores anteriores una de las más relevantes. Pero previo al uso de estas nuevas y no convencionales formas de consumir servicios, la primera barrera de confianza a superar es el uso de Internet en sí mismo, y no sólo como fuente de información, sino como herramienta de interacción e intercambio⁴. La generalización de las denominadas “habilidades digitales” por parte de los consumidores, reducen la desconfianza y, como veremos más adelante, juegan un papel relevante en la utilización de las plataformas de EC.

Aun cuando los dos aspectos que acaban de comentarse pueden considerarse claves en la difusión de la EC, su rápido crecimiento coincide temporalmente con dos hechos relevantes que, sin duda, la condicionan. En primer lugar, la expansión y consolidación de plataformas digitales vinculadas al consumo de servicios online y al comercio electrónico. De hecho, la EC puede considerarse que forma parte de esa más amplia Economía de Plataformas Digitales con las que mantienen importantes vínculos⁵. Y, en segundo lugar, su gran expansión coincide temporalmente, con la gran recesión iniciada en 2008. Es habitual que crisis económicas de esta intensidad tiendan a activar iniciativas rupturistas e innovadoras que, en alguna medida, puede vincularse con el éxito de algunas de las iniciativas de EC.

Pero además de su relevancia económica, la EC es un tema de análisis controvertido. Dos libros ejemplifican esta controversia: Bostman and Rogers (2010) “Qué es: *lo mío es tuyo*” y la réplica de Slee (2017) “Qué es: *lo tuyo es mío*”. Se trata de dos visiones antagónicas sobre lo que supone este modelo de negocio. El primero, aparece cuando las primeras iniciativas vinculadas a la EC, como

-
1. Además de la dificultad a la hora de valorar la eficiencia alcanzada en el mercado, como se indicará más adelante, estas iniciativas pueden incorporar también comportamientos no deseables, especialmente en las relaciones laborales que se establecen.
 2. De hecho, la propia Internet puede ser considerado como una enorme plataforma digital de intercambio de información con diferentes vínculos entre los usuarios (Belk, 2014).
 3. En la encuesta utilizada en el trabajo de OCDE (2017) los usuarios resaltan diferentes aspectos que permiten mejorar la confianza en la utilización de estas plataformas digitales: la importancia del uso de medios de pagos seguros, la utilización de imágenes, la garantía de identificación de los oferentes que ofrecen las plataformas, la posibilidad de interacción entre usuarios y proveedores...
 4. Lo mismo ocurre con otros servicios online como la banca electrónica o el comercio electrónico.
 5. En algunos análisis de los determinantes del uso de la EC colaborativa entre los individuos en España, complementarios al presentado al final de este trabajo, una de las variables que mayor inciden en la probabilidad de uso de la EC es el uso de otras plataformas digitales.

Airbnb, comenzaban su rápida expansión. Estas actividades son presentadas como un nuevo modelo económico y social, una suerte de superación del consumismo, que incorpora valores solidarios o ecológicos. Se trataría de un ejemplo de economía descentralizada basada en la colaboración y donde su vinculación con los citados valores, favorecerían su gran crecimiento.

En el otro extremo, el libro de Slee (2017), escrito tras la expansión mundial de muchas de estas plataformas, presenta a la EC como una mera “etiqueta” que muchas empresas pretenden exhibir como elemento diferenciador y atrayente. Detrás de esa fachada de valores solidarios y ecológicos se escondería la restauración de viejos modelos de relaciones laborales desreguladas⁶. Además, según este autor, en muchas de estas nuevas grandes multinacionales el control final de las mismas lo tendrían, a través de las participaciones accionariales, grandes corporaciones e inversores internacionales de la economía tradicional.

En el resto de este trabajo se presentarán, en primer lugar, algunas de las definiciones y mediciones alternativas que pretenden identificar un sector novedoso y cambiante como el de la EC. En segundo lugar, se mostrará un estudio empírico que, con información referida a España, identifica los elementos que condicionan la utilización de estas iniciativas. En tercer lugar, se prestará atención al desarrollo que la EC está teniendo en países en desarrollo, presentando algunas experiencias concretas. Por último, se muestran las principales conclusiones de este trabajo y se discutirá sobre la oportunidad que este tipo de iniciativas presenta para un país como Cuba.

2. DEFINICIÓN Y MEDICIÓN

Presentar una definición que agrupe a las distintas actividades que encontramos bajo el paraguas de la EC es una tarea complicada. En primer lugar, porque la denominación “colaborativa” es utilizada por muchas iniciativas como un elemento de diferenciación dentro de sus estrategias de marketing, sin que la utilización de ese sello suponga unas características concretas o sea emitido por alguna institución pública. Y, en segundo lugar, porque la propia característica de “informalidad” de estas actividades, pero también su novedad y rápida expansión, hacen que sea difícil encontrar una definición única y aceptada de la misma.

Una primera que incorporamos en este estudio es la incluida en Frenken y Schor (2017): en la EC “los consumidores se conceden mutuamente acceso temporal a los activos físicos infrautilizados, en la mayoría de ocasiones a cambio de dinero”. Es una definición que enfatiza un único elemento (probablemente el más relevante), vinculado a la infrautilización de activos y su uso alternativo. En otra definición más amplia, Arun Sundararajan (2016), uno de sus más entusiastas defensores y difusores, señala que las actividades incluidas en la EC comparten varias características específicas: a) están basadas en mercados vinculados a plataformas en línea; b) suponen el uso de recursos infrautilizados (como activos físicos, pero también tiempo o habilidades de los individuos); c) grandes redes de individuos conectados reemplazan a instituciones o jerarquías centralizadas en la toma de decisiones; y finalmente, d) se difuminan las líneas que separan lo personal y lo profesional y el empleo regular y el trabajo casual de las personas involucradas. De hecho, este autor defiende una denominación alternativa de EC: “crowd-based capitalism” o en una complicada traducción al castellano “capitalismo basado en la multitud”, donde el elemento clave sería precisamente la interconexión de multitud de individuos que toman decisiones en ausencia de estructuras jerárquicas.

Finalmente se incorpora una última definición, en la que la Comisión Europea (2018), en su intento de medición del peso de la EC en los países europeos, identifica tres actores involucrados: las plataformas online que actúan como intermediarios, los consumidores o usuarios particulares y los proveedores de servicios que comparten sus activos, recursos, tiempo o habilidades. Y es en este último actor donde radican los elementos de discrepancia a la hora de calificar una actividad como colaborativa. En primer lugar, si se trata de individuos ofreciendo sus servicios de manera ocasional, la literatura habla de intercambios P2P (entre pares o intercambios puros), donde se situarían plataformas como Blablacar.

6. Como ejemplifican las recientes sentencias judiciales sobre el carácter contractual de las relaciones laborales entre algunas de estas compañías de EC y los suministradores de los servicios (considerados por tanto como “falsos autónomos”).

En el caso de proveedores de servicios que actúan dentro de su capacidad profesional nos encontraríamos en una zona gris, donde situaríamos a plataformas como Uber⁷. Por último, en el caso de que el proveedor del servicio se tratase de una empresa, esta actividad estaría excluida de esa definición y, por tanto, no se incorporaría en su medición⁸. La dificultad de esta caracterización radica en el grupo de profesionales autónomos como oferentes de esos servicios de EC que provoca que la línea de separación sea en muchos casos difícil de trazar entre estas iniciativas y otras tradicionales que operan también desde plataformas digitales⁹.

Varios problemas aparecen a la hora de ofrecer una cuantificación de la economía colaborativa. En primer lugar, como se acaba de comentar, la carencia de una única y satisfactoria definición de la misma. Ello hace que sea casi imposible encontrar trabajos que ofrezcan estimaciones del valor de la EC comparables entre sí. En segundo lugar, la estimación de las principales magnitudes (ingresos o valor añadido y empleo) se enfrenta a algunas de las características propias de estas actividades, entre las que destacarían: su carácter “informal” y discontinuo en la prestación de muchos de estos servicios; su complementariedad en la actividad laboral de la mayor parte de las personas implicadas en la prestación de sus servicios; la nebulosa situación impositiva en la que se encuentran parte de los ingresos obtenidos¹⁰; las diferencias en la regulación en los distintos países, e incluso, dentro de los mismos; o los rápidos cambios que se producen en muchas de estas actividades; etc. Todos estos elementos alertan de la necesaria prudencia a la hora de valorar las cifras que se ofrecen sobre la magnitud de la EC desde distintas instituciones.

En el estudio realizado para la Comisión Europea (2018) se situaba el peso de estas plataformas en 2017 en un 0,2 por ciento del PIB y del empleo generales para el conjunto de la Unión Europea. La aportación para España se encontraría dentro de esas cifras medias. Sólo en algunos países como Estonia su peso era sensiblemente mayor (alrededor del uno por ciento de su PIB y empleo). Estas cifras pueden considerarse especialmente conservadoras en la valoración de la EC, dado los criterios restrictivos aplicados en este informe sobre la inclusión de actividades en esa categoría. Otros estudios, como el realizado por la Fundación EY y la Asociación Española de Economía Digital, elevan para el mismo año la cifra para España hasta el 1,4 por ciento del PIB¹¹. Aunque las actividades dentro de la EC más conocidas están vinculadas al transporte y al alojamiento, existe una enorme variedad de iniciativas en la mayoría de sectores de actividad. Los otros dos grandes grupos de actividades serían los de servicios profesionales y los de finanzas colaborativas donde se encuadrarían las iniciativas de crowdfunding¹².

Sin embargo, las cifras mostradas anteriormente sobre el peso de la EC en España y Europa están muy alejadas de las de algunas estimaciones para países donde su crecimiento ha sido muy elevado en la última década, como China. Según el Centro de Información Estatal de este país, se estima que estas actividades alcanzaron un valor del 6% del PIB en 2017 y que su participación se elevará al 10% en 2020. Estas cifras confirman su eclosión en ese país, donde pueden encontrarse ejemplos de EC en multitud de actividades y sectores económicos¹³.

-
7. En el caso de Uber los oferentes son profesionales poseedores de una licencia VTC (vehículo de transporte con conductor) que compiten directamente con los servicios de taxi en las grandes ciudades.
 8. Están excluidas, por ejemplo, plataformas como Netflix o Spotify.
 9. Existen también plataformas mixtas donde una parte pequeña de los oferentes son profesionales o incluso empresas (caso de Airbnb) que estaría incluidas. Por el contrario, estarían excluidas aquellas plataformas donde sólo un grupo pequeño de oferentes son particulares y la gran mayoría son empresas (caso de Booking).
 10. En países como España, la Agencia Tributaria decidió editar guías informativas para los oferentes de servicios en plataformas colaborativas la obligatoriedad de incorporar las rentas obtenidas en las declaraciones impositivas. Sin embargo, aun cuando no hay dudas respecto a la tributación de los ingresos obtenidos en plataformas como Airbnb, en otras como Blablacar esos ingresos no tienen la consideración de rentas, sino de gastos compartidos, por lo que no habría que tributar por ellos.
 11. Esta divergencia en las cifras para un mismo país y año ilustra las dificultades de la valoración de la EC en la actividad económica.
 12. A modo simplemente de ejemplo, algunas iniciativas conocidas en España son: Airbnb, Homeaway, Intercambiocasas (alquiler de alojamiento); Blablacar, Uber, Socialcar (compartir trayecto en coche); Verkami, Ulule (crowdfunding); Relendo (alquiler colaborativo); Manzanusadas, Chicfy o Creciclando (intercambio de ropa, juguetes...).
 13. Dado el elevado valor de la cifra estimada para la economía china es probable que se utilice una definición laxa de EC en donde se incluyan actividades híbridas, o que, como veíamos antes, estarían en una “zona gris”.

3. DETERMINANTES DEL USO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

A pesar de la relevancia que tiene en estos momentos la EC, no son abundantes los trabajos empíricos que analicen los determinantes de su uso. La atención recibida se ha centrado en trabajos teóricos que enfatizan las diferencias conceptuales que la EC implica frente a las formas tradicionales de negocio y consumo. Belk (2014), Lawson et al. (2016), Milanova y Maas (2017) o Zhang et al. (2019) constatan la enorme difusión de las iniciativas de EC desde la crisis de 2008 comparándolas con las tradicionales. En estos trabajos se subrayan los cambios en valores y actitudes de los consumidores que implican estas formas de consumo compartido respecto a lo que algunos autores denominan la “cultura de la propiedad”.

En aquellos trabajos en los que se han llevado a cabo análisis empíricos, estos se han basado fundamentalmente en encuestas circunscritas a usuarios de algunas de estas plataformas (Neoh et al. 2018) no representativas de la población potencialmente usuaria. Böcker y Meelenb (2017), Edbring et al. (2016), Gupta et al. (2019) o Hamari et al. (2016) son algunos de los trabajos que han analizado la importancia de factores económicos, sociales y medioambientales en la decisión de participar en la EC. Los resultados de estos trabajos muestran como las motivaciones para participar difieren enormemente en función del tipo de sector de actividad en la que se desarrollen, no observándose un patrón general de consumidor de EC.

En este trabajo se presentan los resultados de un análisis empírico sobre los determinantes del uso de dos tipos de servicios colaborativos, los vinculados al transporte y los asociados al alojamiento, basado en los datos ofrecidos por 2017 por la Encuesta de Usos de las TICs de los Hogares en España. Esta encuesta, elaborada por el Instituto Nacional de Estadística, parte de una muestra de unos 18.000 hogares entrevistados, e incluye una gran cantidad de variables tanto sociodemográficas, como, sobre todo, referidas a múltiples usos tecnológicos por parte de los individuos y hogares. El análisis empírico se ha circunscrito a los individuos que utilizan Internet para evitar mezclar los determinantes del uso de estas plataformas con los del acceso a Internet¹⁴. Se ha empleado una metodología de regresión logística para explicar las variables dicotómicas de uso de la EC.

Este análisis se ha realizado para el caso español, debido a que es el único país para el que se disponía de información adecuada para ello. Sin embargo, a pesar de las características propias de la sociedad española, la identificación de factores de estímulo, pero también inhibidores de la expansión de la EC, puede servir, con las cautelas necesarias y teniendo en cuenta las diferencias entre ambos países, como espejo para otras economías y sociedades como la cubana.

CUADRO 1. DETERMINANTES DEL USO DE PLATAFORMAS DE ECONOMÍA COLABORATIVA EN ESPAÑA^a

	ALOJAMIENTO	TRANSPORTE
Sexo (Hombre=1)	-12	-15
Jóvenes (16-30)	13	79
Adultos (31-45)	NO	NO
Mayores (+61)	-31	NO
Renta Baja	NO	NO
Renta Media	21	NO
Renta Alta	30	NO
Estudios Medios	32	21
Estudios Universitarios	84	48
Índice de Habilidad Digital (0-10)	20	16
Confianza en Internet	30	NO

Nota: a.- Estas cifras corresponden a los valores odds ratios. Dado el supuesto de constancia en el resto de variables, la interpretación del odd ratio de cada una de ellas ha de tomarse como aproximación a los cambios en la probabilidad de uso en la variable dependiente. En el caso de variables no estadísticamente significativas se indica NO.

14. Dado que el porcentaje de usuarios que no utiliza Internet en España se ha reducido hasta el 15 por ciento en 2017, la limitación propuesta no reduce en exceso la muestra utilizada y permite, sin embargo, unos resultados más robustos.

Comenzando por las variables sociodemográficas, lo primero que llama la atención es que para ambos tipos de EC la variable sexo (hombre toma valor 1) es negativa y significativa. Los valores estimados indican que ser mujer eleva un 12/15 por ciento la probabilidad de uso de esas plataformas. Respecto a la edad, el grupo excluido sobre el que se comparan por tanto los resultados de los tres grupos de población del Cuadro 1 es el de adultos (en la franja de edad de 46 a 60 años). Lo más destacable en este caso es que ser joven incrementa enormemente la probabilidad de utilizar las plataformas de transporte tipo Uber o Blablacar (un 79 por ciento) mientras que para las de alojamiento, aunque manteniendo la significatividad estadística, esta relación se reduce, implicando una mejora de la probabilidad del 13 por ciento. Por su parte las personas mayores de 61 años reducen la probabilidad de ser usuarios de las plataformas en un 31 por ciento respecto al tramo de edad inmediatamente inferior, pero sólo en las actividades de alojamiento. En este caso sorprende que, para las plataformas de transporte de viajeros, una edad avanzada no influye en su utilización.

Respecto a los niveles de ingreso¹⁵, éstos no tienen influencia estadística respecto a la utilización de las plataformas de transporte. Tampoco se reduce la probabilidad de uso de la EC de alojamiento en el caso de las rentas bajas. Sin embargo, sí aumenta su probabilidad de uso en el caso de las de renta media y sobre todo alta (un 21 y un 30 por ciento, respectivamente) para este último tipo de plataformas. Por último, el cuarto grupo de variables sociodemográficas introducidas en este análisis, el nivel de estudios¹⁶, sí refleja una clara relación con el uso de ambos tipos de servicios colaborativos. Un nivel de estudios elevado (universitarios y master) mejora de manera sustancial la probabilidad de uso de la EC, especialmente la de alojamiento, por parte de los individuos¹⁷ (un 84 por ciento).

A pesar de la relevancia que muestran algunas de las variables socio-demográficas comentadas, la variable que mayor efecto explicativo tiene en el uso de estas plataformas es el índice de habilidad digital¹⁸. Un aumento de una unidad en este índice implica un incremento en la probabilidad de que los individuos utilicen la EC de un 20 por ciento en las de alojamiento y de un 16 por ciento en las de transporte. En el caso de individuos con un muy alto valor en el índice, respecto a los que obtienen una baja valoración en el mismo (un aumento desde 0 a 10) la probabilidad de que un individuo fuese usuario de los servicios de EC de alojamiento y transporte se incrementaría en un 200 (o un 160) por ciento, respectivamente. Por último, la variable que mide el grado de confianza¹⁹ que los individuos manifiestan sentir sobre el uso de Internet tiene un efecto diferente según el tipo de servicio colaborativo del que se trate. Resulta llamativo que, teniendo una influencia relevante en la probabilidad de uso de las plataformas de alojamiento, ésta desaparezca en el caso de las de transporte.

4. EXPERIENCIAS DE EC EN PAÍSES EN DESARROLLO.

Uno de los aspectos más relevantes de la actual expansión de la EC es la oportunidad que para el desarrollo económico de muchos países pueden suponer estas actividades (Sundararajan, 2016, Instituto de Empresas, 2016 o Buenadicha et al., 2017). La enorme rapidez con la que algunas de estas iniciativas se han expandido es una de sus principales características, apareciendo muchas de ellas como ejemplo de éxito de las denominadas “startups”²⁰. Como se indicaba en el prólogo de este DT, la presentación de los resultados de un conjunto de trabajos realizados para países con diferentes niveles de renta, puede servir para identificar los elementos que condicionen la expansión de estas plataformas colaborativas en países como Cuba. Aunque como veremos más adelante, al observar

15. El grupo excluido para los niveles de renta de los individuos es el que no contesta a la pregunta sobre niveles de ingreso. En la interpretación se asume que este grupo está uniformemente distribuido en todos los estratos de renta disponibles en el cuestionario.

16. En la categoría de nivel educativo, el grupo de población excluido ha sido el nivel de estudios bajo (sin estudios o estudios primarios).

17. Como es lógico, los resultados obtenidos para la categoría nivel de estudios, mantienen relación con los obtenidos para el grupo de nivel de ingresos.

18. Este índice se construye como media ponderada de un amplio conjunto de variables que miden las capacidades a la hora de utilizar los dispositivos informáticos y utilizar Internet. Se asume una ponderación mayor para aquellos rasgos menos habituales en la población encuestada. Para cada individuo el índice toma un valor entre 0 y 10 que refleja su menor o mayor habilidad en el entorno digital.

19. La variable dicotómica “confianza en Internet” toma valor 1 cuando los individuos manifiestan sentir mucha o bastante confianza en Internet y 0 cuando indican que ésta es ninguna o poca. Se trata de una valoración subjetiva de los individuos hacia el uso general de Internet, donde las “amenazas” pueden abarcar diferentes aspectos: intimidad o anonimato, transacciones monetarias, etc.

20. Muchas de las plataformas de EC como Airbnb, Uber o Blablacar son analizadas en las escuelas de negocio como modelos de éxito empresarial.

experiencias concretas en países en desarrollo, las restricciones financieras son uno de los elementos que limitan su desarrollo, éstas son menores en la EC que en modelos de negocio tradicionales.

Como ya se ha comentado anteriormente, China es uno de los países donde la EC ha crecido con más intensidad en la última década. Su fuerte desarrollo está basado en dos elementos. Por un lado, las empresas de capital riesgo disponen de gran capacidad para financiar iniciativas en un ámbito que en este país está en auge. Y, por otro lado, China es un líder global en tecnologías digitales orientadas al consumidor: la generalización en el uso de Smartphones, de las conexiones móviles, del pago mediante móvil o de los lectores de código QR, entre otros, facilitan las transacciones online y generan confianza entre los usuarios (Lo, et al., 2019). Éstos, junto a otros factores, han provocado una continua creación de nuevas iniciativas en multitud de ámbitos en este país²¹.

Sin embargo, más allá de la enorme difusión de la EC que las cifras agregadas ofrecen para países como China, la relevancia que ésta pueda tener en los países en desarrollo, dependerá de sus efectos sobre la sociedad y economía de estos países. Para intentar conocer esos efectos y los problemas a lo que se enfrentan estas iniciativas, se presentan a continuación los resultados de algunas experiencias concretas de EC en países en desarrollo.

En un reciente estudio para Pakistan, Malik y Wahaj (2019) muestran el impacto social de la implantación de dos plataformas de transporte urbano, Uber y Careem²². Entre los efectos de esta experiencia destaca la mejora de la confianza y el “empoderamiento” de algunos grupos de población más vulnerables en esa sociedad, o que cuentan con menores posibilidades de obtener empleo, como las mujeres jóvenes. Sin embargo, en este trabajo también se alerta de la existencia de una “brecha digital” entre la población paquistaní que puede provocar una situación de “exclusión tecnológica” para determinadas capas de población que les impediría participar por tanto en la EC.

Por su parte, en el trabajo de Hira (2017) se analizan las experiencias de un amplio conjunto de iniciativas de EC en países en desarrollo. Su comparación permite identificar algunos de los obstáculos a su desarrollo, entre los que pueden destacarse las dificultades para obtener una primera financiación, dado que a pesar de que estas iniciativas reducen las necesidades financieras frente a otros modelos de negocio, éstas no se eliminan. La baja extensión de métodos de pago electrónicos, o la falta de una regulación adecuada son otros de los elementos que dificultan su extensión. Del conjunto de países analizados en este estudio, dos destacan por la importancia de la EC: Brasil e India. En ambos países, las actividades con un mayor crecimiento son las vinculadas al transporte urbano de individuos y al crowdfunding.

Con una perspectiva también amplia de las experiencias de EC en los países en desarrollo, Hira y Reilly (2017) señalan la importancia de la reducción de los costes de transacción y de las economías de escala necesarias a la hora de iniciar nuevos proyectos. Sin embargo, se indica que en muchas actividades, donde un ejemplo claro es el transporte de pasajeros en las grandes ciudades, pueden producirse procesos de simple sustitución de trabajadores entre las nuevas plataformas online de transporte y el sector del taxi tradicional. Además, se señala que, a pesar de su carácter más informal, la EC no reduce la necesidad de un entramado institucional, siendo necesario su mantenimiento y la adaptación de la regulación a las características de este modelo de negocio.

El impacto que la introducción de dos grandes plataformas de transporte de pasajeros, en este caso la multinacional Uber y la india Ola, en una gran urbe como Delhi, es de nuevo analizado en el trabajo de Kashyap y Bhatia (2018). Entre los aspectos positivos de la presencia de estas plataformas se señalan el incremento del número de empleos en el sector, con la incorporación de población joven, y la reducción de precios derivada del incremento de la competencia que provocó su aparición y que reduce el coste de movilidad para la población de clase media en esta ciudad. Sin embargo, también se señala como las supuestas ventajas que tienden a asociarse a las iniciativas de EC sobre sostenibilidad y medio ambiente, o la reducción de los problemas de congestión del tráfico en las ciudades, no llegaron a producirse.

21. Aunque también se produce una continua desaparición de otras iniciativas que tras un tiempo no consiguieron sobrevivir en el mercado.

22. Aunque Uber es una de las multinacionales de EC más conocidas, la plataforma de transporte urbano Careem tiene también una gran implantación, aunque circunscrita a los países árabes en los que está presente.

Por último, en el trabajo de Moon (2017) se aborda el impacto de actividades de EC, de nuevo, en un entorno local, y donde su diseño partió de instituciones públicas. Se presentan los resultados obtenidos para un conjunto de 151 iniciativas promovidas por el gobierno local de Seul desde 2012, que abarcan un gran abanico de colaboraciones: compartir coche, bicicletas, plazas de garaje, libros, salas de reuniones, etc. Los resultados muestran la importancia de dos elementos en el éxito de este tipo de iniciativas. Por un lado, la implicación de empresas tradicionales en el desarrollo y funcionamiento de estas iniciativas, evitando la separación entre lo que podría denominarse nuevos y viejos modelos de negocio. Y, por otro lado, y este es un elemento subrayado en este trabajo, un diseño de la autoridad pública adaptado a cada una de las iniciativas llevadas a cabo, que permitió alcanzar las metas sociales fijadas y favorecer a los grupos de población objetivo de estas iniciativas públicas de EC.

5. CONCLUSIONES Y DISCUSION FINAL: ¿UNA OPORTUNIDAD PARA CUBA?

Este trabajo muestra un breve panorama de lo que la Economía Colaborativa representa en la economía y sociedad actuales. Las dificultades para su definición y su medición, donde encontramos cifras de su importancia muy alejadas entre sí dependiendo de la fuente utilizada, provienen en gran medida de su carácter informal y flexible. Y es precisamente en esas características en las que radican su virtud, pero también sus peligros. Plataformas como Airbnb o Blablacar son puestas como ejemplo de la “economía digital” por su potencial como modelo de negocio de rápida difusión y reducida inversión inicial. Pero otras, como algunas de las dedicadas al transporte de objetos y comida en grandes ciudades, recientemente denunciadas por las condiciones en las que operan los suministradores de los servicios que prestan, son ejemplos de la “cara oscura” de la EC.

El análisis empírico de los determinantes de su adopción por parte de los individuos, se ha llevado a cabo para el caso español, por ser el único para que se disponía de información adecuada para ello. Sin embargo, a pesar de las características propias de la sociedad española, la identificación de factores de estímulo, pero también inhibidores de la expansión de la EC, puede servir, con las caute- las necesarias, como espejo para otras economías y sociedades como la cubana.

Entre sus principales resultados encontramos, en primer lugar, que las variables que condicionan el uso de las plataformas de EC varían según el tipo de servicio analizado. En segundo lugar, que algunas variables sociodemográficas, como ser mujer, juventud, o nivel educativo elevado, favorecen la utilización de estas plataformas. Y, en tercer lugar, que más allá del necesario acceso a Internet para su uso, su expansión está vinculada a la difusión de las habilidades digitales entre la población potencialmente usuaria. Por su parte, de la presentación de experiencias llevadas a cabo en países en desarrollo, puede destacarse como los resultados de las mismas varían, de nuevo, en función del tipo de iniciativa concreta y de los agentes involucrados. Las necesidades financieras que este modelo de negocio reduce, siguen siendo, no obstante, en muchos países en desarrollo una limitación a su expansión²³.

¿Puede servir el modelo de EC al desarrollo de la economía y sociedad cubanas? Cuba es un país con amplia tradición en actividades que implican compartir recursos, aunque hasta ahora éstas se habían desarrollado al margen de las conexiones digitales (Rinne, 2016). La red de alojamientos “casas particulares” o los taxis compartidos que circulan en la Habana son sólo algunos ejemplos conocidos. Sin embargo, más allá de algunas iniciativas vinculadas al turismo internacional como Airbnb (que actualmente opera en la isla) o alguna experiencia reciente como Sube en el transporte urbano, el gran salto de la economía colaborativa basada en plataformas digitales necesita de la generalización del acceso wifi y el acceso a Internet móvil a partir del 3G. No sólo se trataría de disponer de una cobertura geográfica adecuada, sino de conseguir una conexión móvil permanente a unos precios que permitan su difusión entre la población cubana. La mejora de las habilidades digitales vendrá después, y ahí la puesta en funcionamiento de programas de capacitación, especialmente para aquellas capas de población más alejadas de la tecnología, puede jugar un papel relevante.

23. China representaría el ejemplo contrario, donde las posibilidades de encontrar financiación para este tipo de iniciativas co- laborativas es elevada.

A pesar de que una de las características idiosincráticas de la EC es su carácter informal, donde vida laboral y personal se mezclan en muchas ocasiones, el hecho de basarse en plataformas digitales de acceso público hace que el control administrativo de estas actividades (incluyendo el fiscal) pueda ser mucho más elevado que en actividades similares donde las transacciones no eran tan “visibles”. Ello hace que, paradójicamente, la extensión de este tipo de plataformas de EC puede ayudar a reducir una parte de la actividad económica informal u oculta.

A la hora de diseñar una política de fomento de actividades encuadradas en la EC, lo relevante no es determinar si una determinada iniciativa cumple las condiciones para ser catalogada como EC “pura”, sino decidir cuales ofrecen mejores oportunidades para la sociedad y economías cubana. Aunque en muchos trabajos se enfatiza su carácter disruptivo, este calificativo parece excesivo dado que, como ya se ha indicado, no estamos ante modelos o conceptos radicalmente nuevos. La gran aportación de la EC es que ofrece la posibilidad de poner en funcionamiento gran número de iniciativas con un reducido coste de inversión inicial, que en muchos casos implica el uso de activos infrautilizados y que, para aquellas que consiguen tener éxito, su difusión es exponencial.

Aunque la mayoría de países han regulado ex post los conflictos que las plataformas digitales provocan, Cuba, al incorporarse más tarde, tiene la gran ventaja de aprender de otras experiencias para poder regular ex ante. A pesar de que ello pueda ralentizar la expansión de nuevos servicios de EC, limitaría algunos de los problemas habituales como el rechazo a una nueva competencia sin control en servicios tradicionales, la situación laboral precaria de los suministradores de estos servicios o la previsible sobre-explotación de algunos recursos, en buena medida vinculados al turismo. Además de una regulación general, las experiencias en países en desarrollo muestran también que el éxito de las iniciativas de EC, y los beneficios para la sociedad cubana, dependerán crucialmente del diseño de las actividades propuestas y de la participación de las instituciones públicas locales y los actores económicos ya presentes en los distintos sectores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Belk, R.I (2014): “You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online”. *Journal of Business Research* 67(8).
- Böcker, L. y Meelen, T. (2017): “Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation”. *Environmental Innovation and Societal Transitions*. 23. Pg. 28–39.
- Botsman, R. y Rogers, R. (2010). “What’s Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption”. New York: Harper Collins
- Buenadicha, C., Cañigueral, A. y De León, I.L. (2017): Retos y posibilidades de la economía colaborativa en America Latina y el Caribe. Banco Interamericano de Desarrollo
- Comisión Europea (2018): “Study to Monitor the Economic Development of the Collaborative Economy at sector level in the 28 EU Member States”. Bruselas.
- Cramer, J. and Krueger, A.B. (2016): “Disruptive Change in the Taxi Business: The Case of Uber” *AMERICAN ECONOMIC REVIEW*. 106, 5. pp. 177-82
- Edbring, E.G., Lehner, M., Mont, O. (2016) “Exploring consumer attitudes to alternative models of consumption: motivations and barriers”. *Journal of Cleaner Production* 123. Pg.. 5-15
- Frenken, K. y Schor, J. (2017): “Putting the sharing economy into perspective”. *Environmental Innovation and Societal Transitions*. 23. Pp 3-10
- Gupta, M., Esmailzadeh, P., Uz, I., Tennant, V., (2019). The effects of national cultural values on individuals’ intention to participate in peer-to-peer sharing economy. *Journal of Business Research*, 97. Pg. 20-29.
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2016). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9). Pg. 2047-2059.
- Hira, A. (2017): “Profile of the sharing economy in the developing world: examples of companies trying to change the world”. *Journal of Developing Societies*. 33. Pg. 244-271.
- Hira, A. y Reilly, K. (2017): “The emergence of the sharing economy: implications for development”. *Journal of Developing Societies*. 33,2. Pg.1-16.
- Instituto de Empresas de Madrid (2016): Economía colaborativa en América Latina. IE Business School. Madrid.

- Kashyap, R. y Bhatia, A. (2018): "Taxi drivers and taxidars: a case study of Uber and Ola in Delhi". *Journal of Developing Societies*, 34. Pg. 169-194.
- Lawson S.J., Gleim M.R., Perren R. y Hwang J. (2016): "Freedom from ownership: an exploration of access-based consumption". *Journal of Business Research*. 69(8) Pg. 2615-2623.
- Lo, Y.L., Li, K. y Chan, K.C. (2019): "Contemporary Innovation in China". *The Chinese Economy*. 52 (5).
- Malik, F y Wahaj, Z., 2019. "Sharing economy digital platforms and social inclusión/exclusión: A research study of Uber an Careem in Pakistan". In "Information and communication technologies for development. NUST Business School. Islamabad.
- Milanova, V. y Maas, P. (2017): "Sharing intangibles: Uncovering individual motives for engagement in a sharing service setting" *Journal of Business Research* 75. Pg 159-171
- Moon, M.J. (2017): " Governmente-driven sharing economy: lessons from the sharing city initiative of the Seoul Metropolitan Government". *Journal of Developing Societies*. 33. Pg. 223-243.
- Neoh, J.G., Chipulu, M., Marshall, A. y Tewkesbury, A. (2018): "How commuters' motivations to drive relate to propensity to carpool: Evidence from the United Kingdom and the United States". *Transport Research. Part A*, 110. Pg. 128-148.
- OECD (2017): "Trust in peer platform markets: consumer survey findings" *Digital Economy Paper*, 263.
- OSTELEA (2017): "Plataformas de Economía Colaborativa: Una Mirada Global" School of Turism and Hospitality.
- Rinne, A. (2016): "Long before the likes of Airbnb, Cuba was living the sharing economy". *World Economic Forum*.
- Shaheen, S., Cohen, A. y Martin, E. (2017). "Smartphone App Evolution and Early Understanding from a Multimodal App User Survey". En "Disrupting Mobility - Impacts of Sharing Economy and Innovative Transportation on Cities". Ed. Springer.
- Slee, T., 2016: "What's Yours Is Mine: Against the Sharing Economy". Or Books, New York.
- Sundararajan, A. (2016): "The Sharing Economy. The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism. MIT Press, Cambridge.
- Zhang, T., Bufquin, D., Lu, C., (2019). A qualitative investigation of microentrepreneurship in the sharing economy. *International Journal of Hospitality Management*, 79, pp. 148-157.