
DESAFÍOS DE FUTURO

- EXPANSIÓN DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA:
CUBA ANTE EL ESPEJO DE OTRAS EXPERIENCIAS
IBEROAMERICANAS

*Cipriano Quirós, Keynor Ruiz-Mejías, Sandra Madiedo,
Roberto F. Erazo y Luis M. Barboza*

- LA TRANSFORMACIÓN DE LA ECONOMÍA CUBANA
FRENTE AL ACUERDO DE DIÁLOGO POLÍTICO Y
COOPERACIÓN ENTRE LA UNIÓN EUROPEA Y CUBA

Jordi Bacaria y Eloi Serrano

EXPANSIÓN DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA: CUBA ANTE EL ESPEJO DE OTRAS EXPERIENCIAS IBEROAMERICANAS

Cipriano Quirós

Universidad Complutense de Madrid - ICEI

Keynor Ruiz-Mejías

Universidad Nacional de Costa Rica - CINPE

Sandra Madiedo

Todostartup

Roberto F. Erazo

Universidad Nacional de Loja

Luis M. Barboza

Universidad Nacional de Costa Rica - CINPE

1. Introducción

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) y OCDE (2017), dos elementos son en gran medida responsables de su crecimiento. En primer lugar, los avances en las tecnologías de la comunicación respecto a la difusión de la conexión a Internet. Más en concreto, el éxito de muchas de estas plataformas aparece vinculado al uso permanente de Internet móvil, que los nuevos terminales telefónicos permiten, y a la generalización de las aplicaciones informáticas creadas para ellos (Shaheen *et al.*, 2017). Todo esto ha ampliado la base poblacional susceptible de participar en la EC.

El segundo elemento es el papel de la confianza. La existencia de medios de pago seguros, la garantía de identificación de los oferentes, la posibilidad de interacción entre usuarios y proveedores, junto con la posibilidad de compartir las opiniones de consumidores anteriores han sido algunos elementos claves del éxito de la EC. Pero previo al uso de estas nuevas y no convencionales formas de consumo, la primera barrera de confianza que superar es el uso de Internet como herramienta de interacción e intercambio, al igual que ocurre con otros servicios como la banca o el comercio electrónico. 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 condicio-

La existencia de medios de pago seguros, la garantía de identificación de los oferentes, la posibilidad de interacción entre usuarios y proveedores, junto con el intercambio de opiniones de consumidores han sido algunos elementos claves del éxito de la economía colaborativa.

nan. 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. 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, lo que 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: Botsman y Rogers (2010) *What's mine is yours*; y la réplica de Slee (2017). Se trata de dos visiones antagónicas sobre lo que supone este modelo de negocio. El primero aparece cuando iniciativas como 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. 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 desreguladas.

Este capítulo aborda distintos aspectos de la EC. En primer lugar, dada su novedad y la pluralidad de visiones que de la misma se han suscitado en los últimos años, se dedica una especial atención a la presentación de los aspectos de definición y delimitación de estas actividades. En segundo lugar, se analizan los determinantes del uso de estas plataformas por los individuos. Dada la imposibilidad de disponer información estadística para Cuba se ha realizado este análisis para España. Estos resultados, a pesar de las importantes diferencias entre ambas sociedades, pueden servir para detectar los elementos que estimulan e inhiben su implantación en Cuba. En tercer lugar, con el objetivo de servir para el diseño de la regulación de estas actividades en Cuba, se presenta la situación de plataformas de EC en dos países latinoamericanos, Ecuador y Costa Rica, donde su implantación ha sido anterior, y donde se observa la estructura de mercado generada y los primeros pasos en su regulación. En cuarto lugar, se analizan las plataformas digitales de transporte de viajeros en Cuba donde, a pesar de su desarrollo incipiente, han aparecido un conjunto de plataformas locales que compiten entre sí. Por último, a la luz de las experiencias y análisis expuestos, se presentará una reflexión sobre algunos de los elementos que debieran abordar las políticas públicas de fomento y regulación de estas actividades en 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 este sello suponga unas características concretas o sea respaldado por alguna institución

pública. Y, en segundo lugar, por la propia característica de «informalidad» en la prestación estas actividades, donde se difuminan muchos aspectos contractuales.

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. 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.

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 Uber¹. Por último, en el caso de que el proveedor del servicio fuera una empresa, esta actividad estaría excluida de esa definición y, por tanto, no se incorporaría en su medición². 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 digitales.

Dentro de las actividades de EC pueden establecerse cuatro grupos. Las de transporte de individuos y las de alojamiento vacacional son las dos más conocidas, centrando la mayor parte de los análisis que se desarrollan en este capítulo. Pero, aunque tengan una menor visibilidad, también aparecen otros dos grupos de actividades en este ámbito. Por un lado, las denominadas «finanzas colaborativas» donde se encuadrarían las iniciativas de *crowdfunding* o micromecenazgo que se han ido expandiendo por muchos países en los últimos años. Por último, se encontrarían las actividades de servicios profesionales que compiten con empresas que ofrecen servicios similares y donde los problemas de delimitación de las actividades de EC antes comentados se agravan.

En el estudio realizado para la Comisión Europea (2018) se situaba el peso de todas estas plataformas en 2017 en un 0,2% del PIB y del empleo generales para el conjunto de la Unión Europea. La aportación para España se encontraría dentro de esas cifras medias. Solo en algunos países como Estonia su peso era sensiblemente mayor (alrededor del 1% 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% del PIB³.

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

La denominación «colaborativa» es utilizada por muchas iniciativas como un elemento de diferenciación dentro de sus estrategias de marketing, sin que la utilización de este sello suponga unas características concretas.

1. 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.
2. Están excluidas, por ejemplo, plataformas como Netflix o Spotify.
3. Esta divergencia en las cifras para un mismo país y año ilustra las dificultades de la valoración de la EC en la actividad económica.

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».

2017 y que su participación se elevará al 10% en 2020. A pesar de que probablemente en estos estudios se utilice una definición laxa de EC, estas cifras confirman su eclosión en ese país, donde pueden encontrarse ejemplos de EC en multitud de actividades y sectores económicos. La importancia de la EC para Latinoamérica es analizada en Buenadicha *et al.* (2017). Sin embargo, a pesar de constatar la importancia creciente de estas plataformas, la información actual no permite dar cifras de su participación en el PIB o el empleo global generado en la región.

3. Determinantes del uso de la economía colaborativa en España

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 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 (tabla 1), basado en los datos ofrecidos para 2017 por la Encuesta sobre equipamiento y uso de TIC en los hogares en España. 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 la economía y sociedad cubana.

TABLA 1. Determinantes del uso de plataformas de economía colaborativa en España en 2017*

| | 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: *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.

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 entre un 12% y 15% la probabilidad de uso de esas plataformas. Respecto a la edad, lo más destacable es que ser joven incrementa enormemente la probabilidad de utilizar las plataformas de transporte (un 79%), mientras que para las de alojamiento esta relación se reduce, implicando una mejora de la probabilidad del 13%. Por su parte las personas mayores de 61 años reducen la probabilidad de ser usuarios de las plataformas en un 31% respecto al tramo de edad inmediatamente inferior, pero solo 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 ingreso, estos 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%, respectivamente) para este último tipo de plataformas. Por último, el cuarto grupo de variables sociodemográficas introducidas en este análisis, el nivel de estudios, sí refleja una clara relación con el uso de ambos tipos de servicios colaborativos. Un nivel de estudios elevado (universitarios y máster) mejora de manera sustancial la probabilidad de uso de la EC, especialmente la del alojamiento, por parte de los individuos⁴ (un 84%).

A pesar de la relevancia que muestran algunas de las variables sociodemográficas comentadas, la que mayor efecto explicativo tiene en el uso de estas plataformas es el índice de habilidad digital⁵. Un aumento de una unidad en este índice implica un incremento en la probabilidad de que los individuos utilicen la EC de un 20% en las de alojamiento y de un 16% 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%), respectivamente. Por último, la variable que mide el grado de confianza 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, esta desaparezca en el caso de las de transporte.

4. Regulación de la economía colaborativa en Ecuador⁶

Al igual que ocurre en otros países latinoamericanos, en Ecuador se ha producido una expansión de la EC mientras siguen existiendo vacíos legales en su funcionamiento. A pesar de ser uno de los países con menor número de plataformas con apenas el uno por ciento del total latinoamericano (IEM, 2016), ha acogido hasta ahora más de una docena de iniciativas internacionales. Airbnb, Couchsurfing y Homeaway en el sector de alojamiento; Uber y Cabify en el sector de transporte de viajeros, donde presentan una situación de claro liderazgo, junto a otras como Glovo, OLX, Busuu y Freelancer, son algunos ejemplos.

Un nivel de estudios elevado (universitarios y máster) mejora de manera sustancial la probabilidad de uso de la economía colaborativa, especialmente la del alojamiento, por parte de los individuos.

4. Como es lógico, los resultados obtenidos para la categoría nivel de estudios mantienen relación con los obtenidos para el grupo de nivel de ingresos.
5. Para cada individuo el índice toma un valor entre 0 y 10.
6. Este apartado ha sido elaborado por Roberto F. Erazo Castro.

Algunos estudios muestran que el 17% de las mujeres identifican la falta de mujeres conductoras como una razón para no usar plataformas como Uber con más frecuencia, y el 40% preferiría una mujer conductora cuando viaja sola o de noche.

Entre las plataformas de EC desarrolladas en Ecuador, destaca Picker⁷. Esta plataforma ha alcanzado en dos años los 50.000 usuarios, y los 1.200 proveedores de servicios, compitiendo en el mercado de servicios de envío (comida fundamentalmente) con multinacionales como Uber Eats, Glovo o Rappi. Otro ejemplo es Mutua, que puede definirse como el «Uber de mujeres y para mujeres», y que conecta a conductoras con pasajeras. Esta interesante iniciativa responde a la demanda de mayor seguridad de muchas mujeres al utilizar este tipo de servicios. Algunos estudios muestran que el 17% de las mujeres identifican la falta de mujeres conductoras como una razón para no usar plataformas como Uber con más frecuencia, y el 40% preferiría una mujer conductora cuando viaja sola o de noche (Banco Mundial, 2018).

4.1. Regulación: Ecuador vs. España

Se presentan a continuación algunos aspectos de la regulación aplicada en Ecuador en tres ámbitos (transporte, alojamiento y micromecenazgo), comparándola con la existente en España en donde este esfuerzo regulatorio fue anterior.

Comenzando por la primera, la del transporte, las dos principales plataformas Uber y Cabify pueden considerarse como oferentes de servicios *clandestinos* de vehículos de transporte con conductor (VTC) en Ecuador. Y ello se debe a que el ordenamiento jurídico ecuatoriano exige que el transporte terrestre se realice a través de personas jurídicas con permiso de operaciones de transporte y no por particulares. Sin embargo, a pesar de la amenaza de importantes sanciones⁸, el número de conductores (sobre los que recaerían estas sanciones) sigue creciendo, dado el aumento de la demanda de este servicio. Como ocurre en otros países, la regularización de la actividad de estas plataformas cuenta con una fuerte oposición en el colectivo de taxis de Ecuador a través de la Federación Nacional de Operadoras de Transporte en Taxis. Como se comentará más adelante, se está preparando una regulación nacional que permita hacer tributar a las plataformas por los ingresos obtenidos, lo que de manera indirecta supondría su regularización.

En España se ha regulado recientemente esta actividad en aquellas regiones donde su presencia es relevante. Sin embargo, al tratarse de actividades cuya gestión está transferida a las Comunidades Autónomas y Ayuntamientos, ello ha dado lugar a regulaciones claramente diferenciadas. En el caso en Barcelona, en 2019 se estableció la obligación de precontratar este tipo de servicios con una antelación mínima de 15 minutos, lo que entorpece su funcionamiento, lo que provocó la salida de las dos grandes plataformas Uber y Cabify. Por el contrario, a pesar de la protesta del colectivo de taxistas, la regulación adoptada en la Comunidad de Madrid no ha incorporado restricciones de funcionamiento a estas plataformas que siguen creciendo en número de usuarios.

En lo que respecta al marco regulatorio de las plataformas de EC de alojamiento, se ha desarrollado en 2019 el Reglamento de Alojamiento en Inmuebles para Uso Turístico en Ecuador con el objetivo de preservar la seguridad de los turistas, reduciendo la informalidad en estos servicios de alojamiento. Según esta normativa, las personas que quieran alquilar

7. Véase: <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/12/04/nota/7634597/picker-aplicacion-ecuatoriana-envios-que-quiere-competir-uber-glovo>

8. Según el art. 386 del Código Orgánico Integral señala que el conductor que transporte pasajeros sin contar con el título habilitante correspondiente, será sancionado con 772 dólares, reducción de diez puntos en su licencia de conducir (de 30 en total) y retención del vehículo por el plazo mínimo de siete días.

su inmueble a través de estas plataformas deberán contar con el registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento y someterse al régimen de propiedad horizontal.

En España, de manera similar a como ocurría en el transporte, las competencias respecto al sector de alojamiento también están descentralizadas. En Madrid, tanto en el Ayuntamiento como en la Comunidad aprobaron en 2019 nuevas normas de control sobre plataformas como Airbnb o Homeaway, limitando la oferta de alojamiento y regulando aquellos elementos que permitan mantener determinados estándares de calidad⁹. En el caso de Barcelona, la normativa ha permitido incluso imponer elevadas sanciones a las propias plataformas que no compartían la información solicitada.

Respecto a las plataformas de micromecenazgo o *crowdfunding*, en Ecuador se está preparando una Ley de Emprendimiento e Innovación que busca promoverlas como fuente alternativa de financiación de proyectos de inversión. En el caso español, la regulación sobre este tipo de iniciativas financieras es anterior y viene ya recogida en la Ley 5/2015 de Fomento de la Financiación Empresarial, donde aparece un marco legal para las plataformas de financiación colaborativa.

4.2. Tributación y modelo laboral

La tributación de las plataformas digitales, donde se encuentran las de EC, es un motivo de preocupación prioritaria en muchos países, en particular de América Latina (CEPAL, 2019). El Gobierno de Ecuador pretende la regularización de plataformas tecnológicas como Uber, Cabify, Glovo, Airbnb, entre otras, a cambio de que paguen el 12% de IVA. La propuesta de gravar con IVA a los servicios de plataformas digitales se planteó dentro del Ley de Simplicidad y Progresividad Tributaria, aprobada por la Asamblea Nacional el 9 de diciembre de 2019. El cobro se realizaría al consumidor en el momento que realice el pago, vía tarjeta de crédito o débito. Se prevé una recaudación aproximada de 11 millones de dólares anuales. En el caso español estas actividades, están sometidas al mismo régimen tributario que el resto de actividades de prestación de servicios similares.

Un último aspecto especialmente relevante en el funcionamiento de estas plataformas es el modelo laboral. La Organización Internacional del Trabajo (OIT) identifica la no regulación de estas plataformas como la primera barrera para una relación laboral justa. Además, como se comenta en otras partes de este capítulo, la consideración de los oferentes de servicios como trabajadores vinculados a las mismas o como trabajadores independientes o autónomos es uno de los elementos claves en la relación laboral. De ello depende la posibilidad de fijar un salario básico, una jornada laboral máxima o derechos sociales, entre otros elementos, que pueden provocar situaciones laborales precarias (Eisenmeier, 2018). En Ecuador, el Ministerio de Trabajo ha señalado que las plataformas digitales de economía colaborativa serán incluidas en la reforma laboral que se está elaborando para el año 2020. En el caso español, existe en este momento un debate jurídico sobre la situación de los oferentes de estos servicios como empleados de las plataformas o como profesionales autónomos.

La tributación de las plataformas digitales, donde se encuentran las de economía colaborativa, es un motivo de preocupación prioritaria en muchos países, en particular de América Latina.

9. Véase: https://elpais.com/ccaa/2019/04/10/madrid/1554904148_942149.html

5. Caracterización de las principales plataformas digitales de economía colaborativa en Costa Rica¹⁰

Desde la entrada de Uber a Costa Rica, en 2015, el mercado de las plataformas digitales de economía colaborativa de movilidad ha mostrado un gran dinamismo. El año 2018 marca un punto de inflexión importante, cuando las empresas Beego, fundada en Francia, InDriver, fundada en Rusia, y Glovo, fundada en España, inician sus operaciones en el mercado costarricense.

Adicionalmente, el desarrollo de diferentes aplicaciones de movilidad nacionales también tuvo un auge importante en el país. En la actualidad, emprendimientos como Dame Ride y WorkRide basan sus operaciones en plataformas digitales para brindar servicios de movilidad siguiendo un esquema de coche compartido o *carpooling* corporativo. Su objetivo es ofrecer una alternativa de movilidad que brindan a clientes corporativos, principalmente empresas, con el objetivo de promover el transporte compartido. A diferencia de las plataformas digitales de economía colaborativa que se analizan en este estudio, la principal característica del *carpooling* corporativo es que funciona como una red privada que permite el uso de la aplicación de forma cerrada. Es decir, una empresa interesada en obtener el servicio contrata a los administradores de la plataforma digital y se establece un convenio para determinar las condiciones de su uso.

Por otra parte, en enero de 2019, la empresa de capital costarricense Onux se estableció como una plataforma multiservicios, que incluye el transporte de personas y la oferta de servicios a domicilio como parte de sus actividades. Así mismo, a finales del 2019, la empresa DiDi llegó al país como otra alternativa de movilidad.

La empresa Uber/Uber eats ha logrado una posición de liderazgo no solo en el mercado mundial, sino también en el nacional, con alrededor de 783.000 usuarios-consumidores y unos 22.000 proveedores de servicios. Además, Costa Rica alberga el segundo centro de excelencia más grande de Uber, brindando soporte a los proveedores de servicio para América Latina, con 750 empleos directos (de los cuales el 54% corresponden a mujeres). En promedio, se tramitan cerca de 150.000 consultas de usuarios-proveedores y clientes mensualmente.

Por su parte, Beego y Glovo señalan al país como el tercer mercado en importancia. En el caso de la primera plataforma, Costa Rica es clave en el desarrollo de sus operaciones ya que es el único país de América Latina en el que tienen presencia. Desde la perspectiva de su gerente comercial para América Latina, Beego es creadora de empleo directo e indirecto, pues contribuye a dinamizar los servicios de apoyos, tales como lavacars, asistencia mecánica y centros de mantenimiento de vehículos. La empresa dispone actualmente de siete empleados directos que brindan asesoría a través de la plataforma.

Glovo, por otra parte, reporta cerca de 50.000 usuarios activos en Costa Rica, y cerca de dos millones de pedidos realizados hasta diciembre de 2019. La empresa cuenta con 25 empleados directos que se encargan de la comunicación con los *glovers*, como se les conoce a los usuarios-

10. Los autores de este apartado son Keynor Ruiz Mejías y Luis Miguel Barboza Arias, investigadores del Centro Internacional de Política Económica (CINPE) de la Universidad Nacional de Costa Rica.

proveedores de servicio de esta plataforma. Según el representante de Glovo en Costa Rica¹¹, la empresa se encuentra en etapa de expansión de sus operaciones en el país. Para 2020 proyectan expandir las operaciones a otras áreas de cobertura dentro del territorio nacional e incorporar otra oferta de servicios, entre los que destacan el *FinTech* y el *Dark Kitchen*, tendencias de que están siendo incorporadas por la empresa en el mercado europeo¹².

TABLA 2 . Perfil general de las plataformas digitales de economía colaborativa más importantes que operan en Costa Rica (2019)

| Nombre de la empresa | País de origen | Ciudades / países en donde operan | Principales mercados | Colaboradores directos CR | Proveedores de servicio | Usuarios activos en CR |
|----------------------|----------------|-----------------------------------|--------------------------------|---------------------------|-------------------------|------------------------|
| Uber | EEUU | 700 ciudades, 70 países | Estados Unidos, México, Brasil | 750 | 22.000 | 783.000 |
| Beego | Francia | Europa Costa Rica | Francia, Bélgica, Costa Rica | 7 | 3.800 | 133.800 |
| InDriver | Rusia | 300 ciudades, 26 países | México, Colombia, Rusia | 0 | Lo reservan | No disponible |
| Uber eats | EEUU | 50 ciudades, 13 países | No disponible | 750 | 10.000 | No disponible |
| Glovo | España | 270 ciudades, 26 países | Argentina, Ecuador, Costa Rica | 25 | 1.000 | 50.000 |
| Onux | Costa Rica | Costa Rica | Costa Rica | 4 | 18.000 | 45.000 |
| WorkRide | Costa Rica | Costa Rica | Costa Rica | 7 | Modelo corporativo | Modelo corporativo |
| Dame Ride | Costa Rica | Costa Rica | Costa Rica | 0 | Modelo corporativo | Modelo corporativo |

Fuente: Elaboración propia.

InDriver inició sus operaciones en Costa Rica en 2019. A diferencia de las anteriores, esta empresa no tiene empleados directos en el país, ya que todas las actividades son realizadas desde México, incluyendo la resolución de dudas y comunicaciones con los usuarios proveedores. Pese a que la aplicación tuvo su origen en Rusia, la base de operaciones se encuentra en Estados Unidos. De acuerdo con el gerente de relaciones públicas de InDriver para América Latina, la empresa se concibe a sí misma como una aplicación de tecnología que se basa en herramientas de conectividad para facilitar la comunicación entre conductores y pasajeros. Se definen como una empresa intermediaria y, según este criterio, justifican el hecho de que la empresa no sea fijadora del precio, o tarifa, por la realización de los viajes. A diferencia de Uber y BeeGo, que establecen la tarifa que se cobra al pasajero por medio algoritmos estandarizados, las de InDriver son el resultado del acuerdo que puedan establecer los conductores con los pasajeros en el momento de negociar las condiciones de un viaje solicitado.

Onux, de capital costarricense, cuenta con cuatro empleados directos. Desde el inicio de sus operaciones, en enero de 2019, se han registrado 45.000 usuarios de la plataforma, de los cuales 18.000 son proveedores de servicio. Debido a que esta empresa brinda múltiples servicios, incluyendo arreglos y reparación de casas, limpieza, salud, masajes, entre

11. En entrevista para *El Financiero* (septiembre de 2019).

12. El *FinTech* consiste en servicios de entrega de dinero en efectivo, mientras que el *Dark Kitchen* consiste en la inversión de un restaurante en infraestructura y campañas de marketing para proveer platillos que son ofrecidos únicamente a través de las plataformas.

La intermediación tecnológica produce cambios importantes en las relaciones laborales, ya que da una figura de usuario-proveedor, al que las plataformas denominan «socio colaborador» que brinda el servicio a quien lo solicita, el usuario-consumidor, que es quien demanda los diferentes servicios ofrecidos.

otros, el número de usuarios-proveedores que se dedican a la actividad exclusiva de transporte de personas es 5.200.

En cuanto a la plataforma de servicios de hospedaje, hay que tener claro que en un país de tradición turística como Costa Rica el ingreso de Airbnb contribuyó de forma significativa a la dinamización de esta clase de servicios. En el 2017 había registradas aproximadamente 14.000 opciones de alojamiento disponibles en el país¹³ y entre mayo de 2016 y mayo de 2017 un total de 260.000 turistas utilizaron esta plataforma, de los cuales alrededor de un 40% eran costarricenses. Se estima que el tiempo promedio de alquiler por propiedad en Costa Rica es de 23 días al año.

Respecto a los proveedores de este tipo de servicios de alojamiento, se estima que los ingresos medios obtenidos por anfitrión alcanzaron un promedio de 2.600 dólares al año. Otro aspecto interesante es la franja de edad en la que se sitúan estos proveedores. Según algunas estimaciones¹⁴, alrededor del 16% de los anfitriones en Costa Rica en 2019 tenían más de 60 años, porcentaje que se incrementó en cerca del 2% con respecto al 2018. En su mayoría, estas personas son jubiladas y tienen un manejo básico de las tecnologías y redes sociales.

5.1. Reflexiones sobre el marco regulatorio en Costa Rica

Según los responsables de las plataformas digitales de economía colaborativa analizadas, Costa Rica ha realizado avances importantes en la identificación de un marco institucional y regulatorio deseable para estas actividades. No obstante, hasta este momento en términos generales todas las plataformas se encuentran funcionando sin un marco institucional y una regulación que las respalde, e incluso en el límite de la legalidad, dado el vacío en definir si los usuarios-proveedores son o no empleados de las empresas de plataforma digital.

Respecto a los servicios de transporte de personas, las plataformas digitales se encuentran en una encrucijada porque la legislación costarricense no ha conferido a ninguna de las empresas (Uber, InDriver, BeeGo o DiDi) el estatus de actividad comercial formalmente legal.

Los taxis tradicionales pagan un canon, además de dos revisiones del vehículo al año y un permiso de circulación que equivale a 595 dólares al año. En ese sentido desde enero de 2019 hay un proyecto para cobrar a las plataformas un derecho de inscripción, sin embargo, el monto ha sido motivo de discrepancias y no se ha llegado a ningún acuerdo. No obstante, se espera que en los próximos meses las emisoras de tarjetas de crédito o débito cobren el Impuesto al Valor Agregado a cualquier viaje realizado en Costa Rica por las plataformas de servicio de transporte de personas, lo cual indirectamente brinda un reconocimiento de la actividad y un camino hacia la legalidad.

Como resultado de la intermediación tecnológica, se producen cambios importantes en las relaciones laborales, ya que se da una figura de usuario-proveedor, al que las plataformas denominan «socio colaborador» que brinda el servicio a quien lo solicita, el usuario-consumidor, que es quien demanda los diferentes servicios ofrecidos. Ambos conec-

13. Según un reportaje publicado en *El Financiero* (septiembre de 2017).

14. Véase: <https://amprensa.com/2019/11/en-costa-rica-cada-vez-mas-adultos-mayores-comparten-su-hogar-a-traves-de-airbnb/>

tados a una aplicación que es administrada por un tercero que obtiene beneficios por el uso de la misma. Esta situación deja en un estado de incertidumbre la situación laboral de las personas que trabajan con cualquiera de las plataformas de economía colaborativa, porque si bien es cierto utilizan las plataformas y en el monto cobrado se reconoce un porcentaje para la plataforma, no está del todo claro si la relación laboral de estas personas es como trabajador independiente o como trabajador dependiente (empleado de la plataforma). En cualquier caso, no hay una cobertura generalizada de la seguridad social a las personas trabajadoras, y aunque muchos proveedores aseguran sus vehículos con cobertura para el conductor y los ocupantes en el caso de accidente, no les cubre en caso de enfermedad ni se generan otros derechos sociales.

Las personas que brindan el servicio de entrega de productos, tipo Uber eats, no necesariamente adquieren el seguro social, ni ningún otro seguro, por lo que ellas que se movilizan en bicicleta o motocicleta son las más vulnerables en esta actividad laboral, pues frente a un accidente o problema de salud no están bajo ningún tipo de cobertura, lo que implica no solo dejar de percibir ingresos, sino también una carga para las familias.

En cuanto a la plataforma dedicada a servicios de hospedaje, actualmente existe un proyecto de ley que busca la regulación en el uso de las formas no tradicionales de hospedaje como Airbnb. Es importante tener en consideración que los hoteleros tradicionales pagan el 13% de impuesto al valor agregado, un 10% de servicios y un porcentaje escalonado correspondiente al impuesto sobre la renta. En ese sentido, el proyecto de ley gravaría las actividades de Airbnb con un impuesto de 13% al valor agregado y un 3% adicional para el Instituto Costarricense de Turismo. Además, está prevista una contribución especial (que funcionaría como una patente comercial) a la municipalidad correspondiente para ejercer la actividad lucrativa y, se establecen directrices claras para acatar lo estipulado por la Ley 7600¹⁵.

Para finalizar este análisis para Costa Rica, una reflexión generalizable también a otros países latinoamericanos que aún no han regulado estas actividades: las plataformas digitales llegaron para quedarse. Casi cualquier servicio o producto que pueda ser llevado hasta el consumidor se puede administrar bajo una plataforma digital. Frente a esta realidad un elemento crucial al que debe prestarse atención es la situación laboral de las personas involucradas, ya que no es aceptable, ni conveniente, que no haya alguna forma de protección por parte de los sistemas de seguridad social, especialmente para aquellas que trabajan en condiciones más vulnerables.

6. Situación de las plataformas colaborativas en el transporte urbano en Cuba¹⁶

Como ya se ha comentado anteriormente, el desarrollo de la EC necesita de un acceso fluido a Internet por parte de clientes, proveedores y plataformas. En Cuba esto se ha producido con retraso respecto a otros países. Junto a una cada vez mayor difusión del acceso wifi, desde diciembre de 2018 es posible también la conexión de datos móviles, aunque el elevado coste que aún tienen los bonos de uso impida su

15. Ley de Igualdad de Oportunidades para las Personas con Discapacidad.

16. Este apartado ha sido elaborado por Sandra Madiedo Ruiz.

La aparición de un buen número de plataformas digitales de movilidad, especialmente en La Habana, puede servir para un conjunto amplio de cubanos que dispongan de vehículo propio como una vía de obtención de ingresos adicionales al trabajo principal.

generalización entre la población cubana. Estos avances están permitiendo la incipiente aparición de algunas iniciativas de EC. Aunque desde hace ya unos años opera en Cuba la multinacional Airbnb en el ámbito del alojamiento, hemos preferido centrar este estudio de caso en las plataformas de transporte, que recientemente están apareciendo en Cuba. Y el motivo fundamental es porque en este ámbito sí está emergiendo un amplio grupo de plataformas locales que compiten entre ellas.

La aparición de un buen número de plataformas digitales de movilidad, especialmente en La Habana, puede servir para un conjunto amplio de cubanos que dispongan de vehículo propio como una vía de obtención de ingresos adicionales al trabajo principal. Al mismo tiempo, como se señalaba en el estudio para países en desarrollo (Banco Mundial, 2018) y se observaba en la experiencia de la ecuatoriana Mutua, estas plataformas pueden jugar un papel relevante para un amplio conjunto de mujeres cuya probabilidad de incorporación al mercado laboral es menor y necesitan una mayor flexibilidad horaria.

Como se observa en la tabla 3, se trata de iniciativas muy jóvenes que pretenden hacerse un hueco en este mercado. Dada su novedad no existen cifras sobre el uso de estas plataformas en este momento. Para aproximar su importancia se ha comparado el número de descargas de las aplicaciones de cada una de ellas y se han sumado las realizadas desde Google Play, Cubapk y Apklis.

TABLA 3. Plataformas de transporte de viajeros en Cuba

| Startup | Modalidad | Alcance | Año | Descargas |
|-------------|-----------|-----------------|------|-----------|
| Yotellevo | Privado | Nacional | 2014 | ND |
| Pickocar | Privado | Occid. y Centro | 2018 | ND |
| TaxinHavana | Privado | Nacional | - | ND |
| Sube | Privado | Habana | 2019 | 6.000 |
| Cuber | Privado | Nacional | 2019 | 1.000 |
| Bajanda | Privado | Habana | 2019 | 7.000 |
| La Nave | Privado | Habana | 2019 | 3.000 |
| D'Taxi | Estatl | Nacional | 2019 | 12.000 |

Fuente: Elaboración propia.

6.1. Marco jurídico para los «Ubers cubanos»

Como ya se ha indicado para las experiencias de Ecuador y Costa Rica, en estos y otros países latinoamericanos la actividad que realizan los conductores de Uber se considera ilegal o irregular, pudiendo imponerse fuertes multas a los conductores identificados. Al ser Cuba uno de los pocos países de esta área en donde no opera esta plataforma, las alternativas a *Uber*, son 100% cubanas y deben pelear por el respaldo legal de sus empresas emergentes (*start-up*).

Al no existir por tanto una legislación específica para ellas, se aplica la legislación de actividades conexas. En el caso de estas plataformas *online*, que no son propietarias de los vehículos y cuya actividad es la de poner en contacto a clientes y oferentes (Bravo, 2019), aparecen distintos tipos de licencias. La licencia de operador de equipos de cóm-

puto (LOEC) y la licencia de operación de transporte (LOT; Gaceta Oficial, 2019. n.º 85, p. 1.880) son algunas de las utilizadas. Pero también, en otros casos, dadas las lagunas existentes en la legislación, se están utilizando licencias de actividad de mensajero o licencias generales de cuentapropistas.

Un aspecto interesante respecto a la regulación es la comparación entre taxis (sin plataforma) y plataformas digitales. La tabla 4 presenta algunas de las diferencias entre ambos tipos de servicios.

TABLA 4. Comparativa entre servicios de taxi tradicional y plataforma digital

| Características | Taxis tradicionales | Plataformas |
|---|---|---|
| Licencia de Operación de Transporte (LOT) | Modalidad Regular | Varias alternativas |
| Proceso de pareo entre conductor y pasajero | Recogida en la calle | Bajo demanda, en punto elegido por el cliente |
| Tasa de utilización | Baja/Media | Alta |
| Tarifa y medios de Pago | Límite de pr. máx. según administraciones | Algoritmo de cada plataforma |
| GPS | No | Sí |

Respecto a las condiciones de seguridad y protección de los usuarios de los servicios ofrecidos desde estas plataformas, de nuevo, la ausencia de una regulación específica hace que este vacío pueda generar dudas.

Teniendo en cuenta las diferencias entre las condiciones regulatorias y de funcionamiento de ambos tipos de servicios, observamos que la actividad de los taxistas está más constreñida por las condiciones aplicadas a las licencias de operaciones de transporte. Ellas hacen referencia, entre otros aspectos, a la fijación de precios máximos o a un tiempo diario máximo de prestación de servicios. Por su parte, las plataformas fijan una tarifa que puede variar pero que estaría alrededor del 15% del precio cobrado por cada viaje. El precio de cada trayecto lo fijan las plataformas mediante un algoritmo que tiene en cuenta diversos factores como la distancia, el tipo de auto o las condiciones de tráfico existente. Dadas las dificultades para el pago con tarjeta en Cuba, el pago se hace en todas ellas en efectivo, aunque en algunas existe la posibilidad, para largos trayectos, de pago anticipado *online* en los casos de no residentes o visitantes a la isla.

Uno de los elementos que defienden plataformas como Bajanda o Sube es la flexibilidad horaria que tienen los conductores que trabajan utilizando sus aplicaciones¹⁷. Pero esta mayor flexibilidad esconde también alguno de los peligros que se indicaban en la introducción de este capítulo, y que se han observado en la experiencia ecuatoriana y costarricense, respecto a las condiciones laborales en las que actúan muchos de los oferentes de servicios en las plataformas colaborativas (Angulo, 2019). Ello es gráficamente denunciado en la campaña surgida en Chile «Mi jefe es una app y me explota» que pone de relieve los riesgos señalados (Bravo, 2019; CEPAL, 2019). Por último, respecto a las condiciones de seguridad y protección de los usuarios de los servicios ofrecidos desde estas plataformas, de nuevo, la ausencia de una regulación específica hace que este vacío pueda generar dudas entre los potenciales usuarios.

Aunque, como se comentó anteriormente, este apartado se centra en las actividades de movilidad de pasajeros, la principal plataforma mundial de alojamiento compartido, Airbnb, está presente en Cuba desde

¹⁷. Véase: <https://caplatam.com/bajanda-app-cuba-conductores/>

2015. Desde entonces el número de ofertas de alojamiento a través de esta plataforma ha ido creciendo hasta superar las 30.000¹⁸ desde 2018. Ello supone cerca de la mitad de la oferta hotelera existente en la isla, lo que da idea del importante papel que esta plataforma juega a la hora de satisfacer las necesidades de alojamiento de los casi cuatro millones de personas que visitan Cuba anualmente. Además hay que tener en cuenta que este crecimiento, que se espera que se mantenga en el futuro, se ha producido con restricciones de acceso a Internet así como con algunas dificultades para el cobro por parte de los anfitriones desde la plataforma¹⁹.

6.2. El futuro de las plataformas online en Cuba

La frase «en aguas estables ganan los grandes; en aguas revueltas, las *startups* tienen más oportunidades» (Morales, 2019) pudiera representar la expansión de estas plataformas en Cuba dado su carácter novedoso, y en parte disruptivo, pero «cuando no se atienden estos vacíos regulatorios, las leyes terminan castigando a los disruptores que traen beneficios a los usuarios» (Miranda, 2019). Una de esas plataformas que operan en Cuba es D-Taxi que posee el respaldo de la empresa estatal TaxisCuba, cuya visión es ser líder en este sector. Esta plataforma parte de unas condiciones diferentes a las de otras plataformas con las que compite en un mercado nuevo y, por esta razón, el marco institucional debe cuidar que se mantengan adecuadas condiciones que permitan una competencia efectiva entre todas ellas (Madiedo, 2019).

Los próximos años van a ser vitales para el desarrollo de este tipo de plataformas, tanto para las analizadas aquí, referidas al transporte de viajeros, como para las vinculadas al alojamiento o a otros ámbitos aún poco desarrollados en Cuba. En primer lugar, porque se espera un crecimiento en el acceso wifi y sobre todo en el acceso móvil que facilitará enormemente la interacción *online*. En este último es previsible una bajada de los precios de los bonos de uso que faciliten su uso tanto para visitantes como para residentes cubanos²⁰. En segundo lugar, están previstas nuevas normativas con efectos sobre el entorno digital, como la Ley de Protección de Datos y la de Protección al Consumidor (Castillo, 2019). Y en tercer lugar, se espera una regulación sobre las telecomunicaciones, las tecnologías de la información, la comunicación y el uso del espectro radioeléctrico, que se prevé sea aprobado en febrero de 2021²¹. Esperemos, sea discutido y pensado como país, un país que necesita pensar y ejecutar una Agenda Digital transversal hacia todos sus sectores, y también para este naciente de las plataformas digitales.

18. Véase: <https://www.cnet.com/es/noticias/airbnb-32000-viviendas-cuba/>

19. Véase: <https://www.radio-televisionmarti.com/a/cuba-airbnb-y-vacuba-crisis-atraso-pagos/142720.html/>

20. Campañas recientes llevadas a cabo por ETECSA (enero de 2020) suponen una importante reducción respecto a los precios inicialmente fijados en el acceso a Internet móvil.

21. Véase: <https://eltoque.com/107-normas-juridicas-que-se-aprobaran-en-cuba-hasta-2028-cronograma-legislativo/>

7. Conclusiones y discusión final

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 medición, con cifras de su importancia muy alejadas entre sí dependiendo de la fuente utilizada, provienen en gran medida de su carácter informal. Y es precisamente en esa característica en la que radican sus virtudes, pero también sus peligros. Plataformas como Airbnb o Blablacar son puestas como ejemplo de empresas emergentes

por su rápida difusión y reducida inversión inicial. Pero al mismo tiempo, la situación laboral precaria de los proveedores de servicios de algunas de estas plataformas ejemplifica la amenaza de relaciones laborales desreguladas que creíamos superadas.

El análisis empírico de los determinantes de su adopción por parte de los individuos se ha llevado a cabo para el caso español, único del que se disponía de información adecuada para ello. Sin embargo, a pesar de las características propias que presenta la sociedad española frente a la cubana, este análisis puede servir, con las cautelas necesarias, para la identificación de factores de estímulo e inhibidores de la expansión de la EC en Cuba. Teniendo en cuenta que los elementos que condicionan el uso de las plataformas de EC varían según el tipo de servicio analizado, factores como ser mujer, joven o de nivel educativo elevado, favorecen la utilización de estas plataformas. Pero, además, su expansión está fuertemente vinculada a la difusión de las habilidades digitales entre la población potencialmente usuaria.

A favor del crecimiento de la EC, la sociedad cubana cuenta con una juventud con mayores niveles educativos que muchos de los países de su entorno. Sin embargo, la falta aún de un acceso generalizado a Internet móvil, además de reducir las posibilidades inmediatas de uso de la EC, puede penalizarlo en los próximos años, dadas las reducidas habilidades digitales de una parte importante de la sociedad cubana. Por último, aunque no aparece explícitamente incorporada en el mencionado estudio, la extensión del uso de tarjetas de crédito es un elemento que facilitaría la operatividad de estas plataformas.

La inclusión de dos países latinoamericanos, Ecuador y Costa Rica (el segundo con un peso también importante del turismo en su economía), como casos de estudio de la EC permite observar el proceso de crecimiento de estas plataformas en una fase inicial, pero también cómo la regulación está intentando atender a los problemas generados por esa entrada no regulada. Aunque para ambos países se presentan varios tipos de servicios de EC, el análisis se centra en los de transporte de viajeros. ¿Qué lecciones pueden extraerse para Cuba de las experiencias de Ecuador y Costa Rica?

En primer lugar, se observa que las empresas extranjeras líderes internacionales, como Uber, tienden a reproducir esa situación de liderazgo en los países en los que se instalan. Y en segundo lugar, a pesar de la incuestionable mejora en los servicios de movilidad urbana que provocan, la situación de desregulación en la que desarrollan su actividad los primeros años tiene efectos negativos. Por un lado, la protesta de las asociaciones de empresas que prestan servicios similares y que consideran que estas plataformas se sitúan en una posición de competencia desleal. Por otro lado, esa situación de *ilegalidad* implica una renuncia importante de ingresos tributarios, al mismo tiempo que coloca a los usuarios de estos servicios en una situación de desprotección. Y por último, las relaciones laborales que se generan dejan a los prestadores de servicios en una situación de indefensión y vulnerabilidad que no debiera de ignorarse por parte de las autoridades públicas.

¿Puede servir el modelo de EC al desarrollo de la economía y sociedad cubanas? Cuba es un país con amplia tradición en actividades que

La falta aún de un acceso generalizado a Internet móvil, además de reducir las posibilidades inmediatas de uso de la economía colaborativa, puede penalizar a Cuba en los próximos años, dadas las reducidas habilidades digitales de una parte importante de su sociedad.

implican compartir recursos, aunque hasta ahora estas se habían desarrollado al margen de las conexiones digitales. La red de alojamientos «casas particulares», o los taxis compartidos que circulan en La Habana son solo algunos ejemplos conocidos. Dejando aparte las iniciativas vinculadas al alojamiento, donde Airbnb opera en una situación de casi exclusividad y donde la información estadística no permitía un mayor análisis, la experiencia reciente en el transporte urbano presenta un gran interés. La eclosión de iniciativas en este ámbito, en muy poco tiempo, muestra las posibilidades de expansión que la EC tiene en Cuba, sobre todo teniendo en cuenta las importantes limitaciones de acceso a Internet que existen en este momento.

Que la situación inicial de concurrencia de oferentes en este mercado se mantenga, cuando previsiblemente aumente la demanda de estos servicios dependerá de varios factores, donde la posible entrada de Uber o Cabify jugaría un papel relevante. Ello debiera llevar a plantear la necesidad de encontrar un equilibrio entre la eficiencia o competencia en los mercados, la potenciación de las iniciativas locales y la situación laboral de los proveedores de servicios. Aunque la participación de estas plataformas internacionales provocaría un incremento de la competencia y una previsible bajada de los precios de los servicios de movilidad urbana, ello no debe ser a costa de la expulsión de las plataformas locales o un aumento de la precariedad laboral.

Para finalizar, una última reflexión general sobre la EC en Cuba: llegar tarde tiene también ventajas. Dado que la mayoría de países han regulado *ex post* los conflictos y situaciones, no siempre deseables, que la entrada de estas plataformas digitales provoca, el retraso en su expansión en Cuba tiene la gran ventaja de poder aprender de otras situaciones y poder regular con el conocimiento de experiencias anteriores. A pesar de que ello pueda ralentizar la expansión de nuevos servicios de EC, limitaría algunos de los problemas observados en otros países.

Referencias bibliográficas

Angulo, A. «El mundo tiene Uber... pero nosotros Bajanda». *Vistar Magazine* (marzo 2019) (en línea) <https://vistarmagazine.com/el-mundo-tiene-uber-pero-nosotros-bajanda/>

Banco Mundial. *Driving Toward Equality: women, ride-hailing, and the sharing economy*. Washington: BM, 2018.

Bravo, P. M. «Uber, Cabify, Beat, Didi... las apps más usadas para transportarse en Latinoamérica y España». *CNN* (octubre 2019) (en línea) <https://cnnespanol.cnn.com/2019/10/31/uber-cabify-beat-didi-las-apps-mas-usadas-para-transportarse-en-latinoamerica-y-espana/>

Belk, R. «You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online». *Journal of Business Research*, vol. 67, n.º 8 (agosto 2014).

Botsman, R. y Rogers, R. *What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. Nueva York: Harper Collins, 2010.

Buenadicha, C.; Cañigüeral, A. y De León, I. L. *Retos y posibilidades de la economía colaborativa en América Latina y el Caribe*. Washington D. C.: Banco Interamericano de Desarrollo, 2017.

Castillo, G. V. «Conversando sobre protección de datos en Cuba». *Cubahora* (junio 2019) (en línea) <http://www.cubahora.cu/sociedad/conversando-sobre-proteccion-de-datos-en-cuba>

CEPAL. «El futuro del trabajo en América Latina y el Caribe: Antiguas y nuevas formas de empleo y los desafíos para la regulación laboral» (2019).

Comisión Europea. «Study to Monitor the Economic Development of the Collaborative Economy at sector level in the 28 EU Member States». Bruselas: CE (2018).

Comisión Nacional de Productividad de Chile (CNP). «Tecnologías disruptivas: Regulación de plataformas digitales». CNP (abril 2018) (en línea) <https://www.comisiondeproductividad.cl/2018/04/tecnologias-disruptivas-regulacion-de-plataformas-digitales>

Cramer, J. y Krueger, A. B. «Disruptive Change in the Taxi Business: The Case of Uber». *American Economic Review*, vol. 106, n.º 5 (2016), pp. 177-82.

Eisenmeier, S. *Ride-sharing platforms in developing countries: effects and implications in Mexico City*. University of Oxford, 2018.

Instituto de Empresas de Madrid (IEM). *Economía colaborativa en América Latina*. Madrid: IE Business School, 2016.

Lawson S. J.; Gleim M. R.; Perren R. y Hwang, J. «Freedom from ownership: an exploration of access-based consumption». *Journal of Business Research*, vol. 69, n.º 8 (2016), pp. 2615-2623.

Madiedo, S. «Apklis: Una tienda de aplicaciones para la soberanía tecnológica—Todostartups». *Todostartups* (octubre 2019) (en línea) <https://www.todostartups.com/destacado/apklis-una-tienda-de-aplicaciones-para-la-soberania-tecnologica>

Milanova, V. y Maas, P. «Sharing intangibles: Uncovering individual motives for engagement in a sharing service setting». *Journal of Business Research*, vol. 75(C) (2017), pp. 159-171.

Miranda, F. H. «Regular la economía colaborativa». *Portafolio* (diciembre 2019) (en línea) <https://www.portafolio.co/opinion/francisco-miranda-hamburger/regular-la-economia-colaborativa-brujula-francisco-miranda-536762>

Morales, T. L. «Cabiedes: “Se ve tormenta; hay que preparar el barquito”». *El País Retina* (diciembre 2019) (en línea) https://retina.elpais.com/retina/2019/12/27/talento/1577434290_431884.html

OECD. «Trust in peer platform markets: consumer survey findings». *Digital Economy Paper*, n.º 263 (2017).

Shaheen, S.; Cohen, A. y Martin, E. «Smartphone App Evolution and Early Understanding from a Multimodal App User Survey», en: *Disrupting Mobility - Impacts of Sharing Economy and Innovative Transportation on Cities*. Nueva York: Springer, 2017.

Slee, T. *What's Yours Is Mine: Against the Sharing Economy*. Nueva York: Or Books, 2016.

Zhang, T.; Bufquin, D.; y Lu, C. «A qualitative investigation of microentrepreneurship in the sharing economy». *International Journal of Hospitality Management*, n.º 79, pp. 148-157.