

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS
VICERRECTORÍA ACADÉMICA

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

**IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES EN EL
TRANSPORTE DOMÉSTICO DENTRO DEL PERIODO 2015-
2020 EN LA GRAN ÁREA METROPOLITANA**

**MODALIDAD DE TESINA PARA OPTAR POR EL GRADO DE
BACHILLERATO EN COMERCIO INTERNACIONAL**

AUTORA

DAYANA MARÍA GÓMEZ GUERRERO

TUTOR

FERNELLY FALLAS CERDAS

SEDE ARANJUEZ
DICIEMBRE, 2020

Contenido

Dedicatoria y Agradecimientos	9
Resumen Ejecutivo	10
CAPÍTULO I: PROBLEMA	11
Planteamiento del Problema de Investigación.....	11
Objetivos de la Investigación	13
Objetivo general.....	13
Objetivo específicos.....	13
Justificación de la Investigación.....	13
Antecedentes de la Investigación	16
Internacionales	16
Nacionales.....	20
Proyecciones de la Investigación.....	22
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	24
Transporte.....	24
Transporte por carretera (doméstico).....	24
Movilidad	25
Tecnología	25
Tecnologías de información y comunicación (TIC)	26
Internet.	27
Telefonía celular.....	28
Plataformas digitales	29
Plataformas digitales de transporte de personas	30
Uber.....	31
DiDi.....	34

OMNi.	37
Boon.	40
Plataformas digitales de reparto.....	42
Glovo.....	42
Rappi.	46
Uber eats.....	49
Moovin.	52
Regulación de Plataformas Digitales de Transporte Doméstico de Personas	55
Regulación de Plataformas Digitales de Reparto	60
Economía Colaborativa	61
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	65
Enfoque de la Investigación	65
Diseño de la Investigación.....	65
Fuentes de Información de la Investigación.....	66
Fuentes primarias.....	66
Fuentes secundarias	66
Muestra	67
Unidades de Análisis	70
Características.....	70
Efectos	70
Instrumentos	71
Entrevista	71
Proceso para la Recolección y Análisis de Datos.....	71
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS	74
Unidad de Análisis 1: Características.....	75

Categoría 1. Seguridad.....	75
Descripción.	75
Análisis.....	77
Categoría 2. Tiempo	77
Descripción.	77
Análisis.....	78
Categoría 3. Precio.....	79
Descripción.	79
Análisis.....	80
Categoría 4. Calidad	81
Descripción.	81
Análisis.....	82
Categoría 5. Acceso	83
Descripción.	83
Análisis.....	84
Categoría 6. Facilidad.....	84
Descripción.	84
Análisis.....	85
Categoría 7. Cobertura.....	86
Descripción.	86
Análisis.....	86
Categoría 8. Promociones	87
Descripción.	87
Análisis.....	87
Unidad de Análisis 2: Efectos	88

Categoría 1. Tecnología.....	89
Descripción.	89
Análisis.....	90
Categoría 2. Servicio.....	91
Descripción.	91
Análisis.....	92
Categoría 3. Economía.....	93
Descripción.	93
Análisis.....	94
Categoría 4. Empleo	95
Descripción.	95
Análisis.....	96
Categoría 5. Movilidad	97
Descripción.	97
Análisis.....	97
Categoría 6. Contaminación	98
Descripción.	98
Análisis.....	99
Categoría 7. Regulación.....	99
Descripción.	99
Análisis.....	100
Categoría 8. Digitalización	100
Descripción.	100
Análisis.....	101
Interpretación de datos	102

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	104
Conclusiones de la Investigación	104
Recomendaciones de la Investigación.....	107
CAPÍTULO VI: PROPUESTA	111
Descripción.....	111
Objetivos.....	112
Objetivo general.....	112
Objetivos específicos	112
Perspectiva Teórica	112
Propuesta	114
Referencias	117
Apéndice.....	124
Apéndice A: Cuestionario utilizado en la Investigación	124

Índice de tablas

Tabla 1. Requisitos para ser un Socio Conductor.....	50
Tabla 2. Requisitos del Moover.....	55
Tabla 3. Población	68
Tabla 4. Unidades y Categorías de Análisis.....	74

Índice de imágenes

Imagen 1. Distribución porcentual del tipo de teléfono móvil según grupos de edad	29
Imagen 2. Requisitos vehiculares de Uber	32
Imagen 3. Tarifa servicio exprés	53
Imagen 4. Tarifa por peso y volumen.....	53

Dedicatoria y Agradecimientos

Dedicatoria

Quiero dedicar esta tesina a mi Dios Todopoderoso, porque sin Él nada hubiera logrado, por darme fuerzas y no dejarme caer, por su amor incondicional, su fe en mí y por demostrarme una vez más que siempre estará conmigo guiando cada paso. Todo se lo debo a Él.

Agradecimiento

Agradezco infinitamente a la Virgen María y los Arcángeles por haber intercedido por mí ante Dios en cada una de mis peticiones durante todo este proceso para poder culminar una etapa tan importante en mi vida y por supuesto mi amigo fiel el Señor Jesucristo, que me ha llevado de su mano durante toda esta experiencia de universidad y en cada momento de mi vida.

Seguidamente, agradezco a mi madre Alba Guerrero y mi hermano Jean Carlo, porque por ellos he seguido adelante a pesar de las dificultades, por apoyarme, darme palabras de aliento. Por impulsarme a querer ser mejor persona y siempre dar lo mejor de mí.

Además, debo agradecer a mis amigos más íntimos y cercanos, los que han estado conmigo en cada etapa de este proyecto, los cuales han sido un apoyo incondicional y sin ellos a mi lado hubiera sido más complicado.

A mi tutor, el licenciado Fernelly Fallas, por todo el apoyo brindado, el conocimiento y guía durante este proceso de investigación.

Resumen Ejecutivo

En el presente trabajo de investigación, la finalidad es identificar cuáles son las características relevantes de las plataformas tecnológicas en el transporte doméstico más utilizadas en la Gran Área Metropolitana, desde el año 2015 hasta la actualidad. Así como conocer los efectos que han generado estas herramientas tecnológicas en las personas y en ciertos sectores, desde su llegada. También se lleva a cabo una propuesta de mejora en las aplicaciones de transporte de reparto de alimentos y bienes que se encuentran activas hoy en el país costarricense.

La investigación se realizó bajo un enfoque cualitativo, razón por la cual se utiliza un cuestionario con una guía de preguntas como herramienta, en las que a través de las entrevistas se podrá evidenciar las respuestas de usuarios, socios conductores y repartidores, además de empresas creadores de plataformas e instituciones envueltas en este fenómeno tecnológico. En el proceso se empleó un análisis de las plataformas digitales actualmente activas en Costa Rica, además, se realizaron diferentes apartados para detallar de una forma más clara el contexto del tema y así obtener resultados, conclusiones y recomendaciones del proyecto.

Por lo tanto, se logra extraer dos unidades de análisis. En primer lugar, se obtiene la unidad sobre las características más relevantes de las plataformas digitales de transporte doméstico, de la cual se derivaron las siguientes categorías: seguridad, tiempo, precio, calidad, acceso, facilidad, cobertura y promociones. La segunda corresponde a los efectos que se ha generado en la población de la GAM, de la que se originaron las siguientes categorías: tecnología, servicio, economía, empleo, movilidad, contaminación, regulación y digitalización.

La principal conclusión de ese trabajo investigativo se basa en que el impacto que ha generado las aplicaciones en el país ha sido en su mayoría beneficioso, en el que se otorgan nuevas formas de comerciar, aprovechando la tecnología y la optimización de recursos, en la cuales, las empresas buscan suplir las necesidades básicas de las personas por medio de servicios eficientes, económicos y de calidad. Las plataformas han sido agentes de cambios y representan la modernidad de nuestra actualidad en la que cada vez, la era digital se apodera del día a día en la economía.

CAPÍTULO I: PROBLEMA

Planteamiento del Problema de Investigación

La economía ha ido evolucionando gracias a los avances tecnológicos, modificando así el comercio y la interacción en los negocios a nivel de producción, consumo y prestación de servicios. Es debido a esto que el crecimiento que se ha realizado ha sido de importante relevancia, así como el acceso a Internet y demás actividades comerciales, como el transporte de individuos, objetos, materiales y alimento, por mencionar pocos. Debido a la necesidad constante de la población de transportarse y movilizar elementos diversos, se ha apostado por la tecnología con tal de que esta brinde un aporte beneficioso, mejorando los tiempos de trasiego de productos y personas.

Por lo tanto, en los últimos años se ha dado el surgimiento de distintas empresas a nivel global, que crean un sistema en cual brindan el servicio de transporte doméstico, de personas, bienes e incluso, en el área de reparto de alimento por diferentes medios, como automóviles, motocicletas, bicicletas y demás, que a su vez han proporcionado fuentes de empleo, todo esto mediante plataformas digitales. Dichas aplicaciones han sido bien aceptadas por una parte de la población y conforme el tiempo transcurre, han ido en aumento nuevas tendencias, mejoramientos y su uso, tanto por usuarios como por aquellos que encuentran esto como una oportunidad para poder laborar. Tal así como menciona Birenbaum (2019) en el siguiente párrafo:

El trabajo en plataformas representa una oportunidad tanto para la creación de puestos de trabajo como para la mejora de productividad y las condiciones laborales. No obstante, también representa un riesgo de que este tipo de trabajo contribuya a profundizar y a acelerar procesos de precarización laboral y pérdida de calidad en los empleos, e involucionar el concepto del trabajo decente, que parece camino a seguir siendo un paradigma de búsqueda. (p.1)

Cabe recalcar que las empresas necesitan desarrollar nuevas formas de negocios y estar en constante innovación, es así que las plataformas digitales también se conocen como un modelo de economía colaborativa, el cual se destaca por las nuevas formas laborales en la que se utilizan las

aplicaciones por medio de celulares, en los que los individuos pueden adquirir un producto o servicio de forma ágil y segura, para una variedad de sectores donde se puede encontrar el transporte, alojamiento y mercados de segunda.

Según Rapp (2019) citando a Ocaña (2018) menciona “(...) la economía colaborativa, que se podría definir como la prestación, compartición, donación o intercambio de bienes o servicios mediatizado por aplicaciones tecnológicas que permiten poner en contacto a personas que los necesitan con otras que los ofrecen” (p.7), por lo tanto, este modelo tiene como pilar fundamental el compartir, en el que una empresa actúa como intermediario, aportando un servicio, en este caso, el transporte de personas, con el cual al finalizar, se obtienen beneficios y caracteres monetarios.

El auge de la tecnología y las plataformas digitales, como bien se menciona, ha sido a nivel global, es por esta razón que este modelo de negocio llega a Costa Rica en el año 2015, empezando con la aplicación Uber de origen extranjero y conforme avanzan los años, han venido ingresando otras y se han creado algunas nacionales, tanto para servicios de transporte de personas como de alimento o bienes, generando oportunidades laborales para la población costarricense, pero a su vez, ha ocasionado la inconformidad de algunos grupos como es el caso de los taxis, servicios a domicilio de distintos restaurantes o empresas de mensajería.

Debido a la relevancia del tema nace la idea de profundizar en él, ya que el comercio internacional ha sufrido cambios a partir de los usos de la tecnología y Costa Rica no es la excepción, los que son o no, usuarios de las plataformas digitales de transporte, deben de tener un conocimiento sobre las nuevas modalidades de negocio y como han ido modificando el uso del servicio en el país, tomando en cuenta el avance económico que ha tenido la población costarricense desde 2015 hasta la actualidad.

Debido a esto surge la interrogante: ¿Cuál ha sido el impacto de las plataformas digitales en el transporte doméstico dentro del periodo 2015-2020 en la Gran Área Metropolitana?

Objetivos de la Investigación

Objetivo general

Analizar el impacto de las plataformas digitales en el transporte doméstico dentro del periodo 2015-2020 en la Gran Área Metropolitana.

Objetivo específicos

Identificar las características relevantes de las plataformas tecnológicas más utilizadas en el transporte doméstico en la GAM.

Conocer los posibles efectos que se ha generado en las personas del GAM desde la llegada de plataformas tecnológicas.

Desarrollar una propuesta de mejora en las aplicaciones de transporte doméstico de reparto de alimentos y bienes.

Justificación de la Investigación

La relevancia social de dicha investigación nace debido al gran cambio tecnológico que se ha dado en las últimas décadas. En Costa Rica, a partir del año 2015 se da una evolución del servicio de transporte doméstico mediante las plataformas digitales. Es conveniente realizar un estudio de las nuevas tendencias de negocio en cuanto a este modelo de traslado se refiere y conocer el desarrollo en la tecnología que se ha realizado hasta la actualidad. Como bien menciona Redondo (2019), periodista del periódico La República en la nota: El libre mercado del transporte de personas en Costa Rica, afirma lo siguiente:

Desde que Uber comenzó a operar en el país en el 2015, esta empresa y otras que llegaron tiempo después han venido operando con completa libertad en el mercado

nacional y con discrecionalidad para establecer tarifas, porcentajes de ganancias y requisitos aplicables a usuarios y colaboradores. (párr.1)

Lo que detalla que gracias a la tecnología y nuevas aplicaciones de transporte y a partir del ingreso de Uber, muchas otras más han llegado a operar en el país y no solo en el transporte de personas, sino además en el traslados de bienes y entregas de alimentos, dando a la sociedad mejores opciones de mercado y competencia e incrementando las posibilidades de negocios. También ha logrado que los individuos puedan obtener diferentes productos o servicios bajo una variedad de plataformas, donde eligen la que mejor se adapta a sus necesidades.

Actualmente, la sociedad ha aceptado dichas plataformas de una manera positiva, ya que no solo es la facilidad con la que se adquieren, si no con el servicio que brindan, es así que incluso muchas empresas a nivel nacional han optado por crear sus propias aplicaciones digitales para incursionar en este mercado o bien, pertenecer a las ya existentes, debido a la demanda de las mismas en el país y así fortalecer el incremento de ventas en el negocio o bien, obtener una fuente de ingreso propia o extra, lo que lleva a reducir en medida el problema de desempleo en la sociedad costarricense.

Fortaleciendo lo dicho en el párrafo anterior, Agüero (2017), periodista del periódico La República en la nota llamada: Plataformas y apps toman fuerza como opción de trabajo fijo, menciona lo siguiente: “Mientras algunas personas pierden sus empleos por el avance de la tecnología, otros aprovechan la nueva ola de las plataformas tecnológicas de transporte colaborativo, hospedaje alternativo y de repartidores a sueldo por una app” (párr.1).

En otras palabras, hay una parte de la población, que con la llegada de estas plataformas, ha causado deficiencias en sus sistemas económicos, como el caso del servicio público de taxis, servicio especial estable de taxi (See Taxi), el cual ha tenido que modificar su sistema y luchar contra una competencia de otro nivel. También otro sector que puede haber presenciado disminución de ingresos, es el que corresponde a las empresas de mensajería, ya que con las nuevas opciones de aplicaciones, han venido a sustituir muchas de estas.

Aunado a lo anterior, se destaca que otros sectores que han tenido que modificar sus procesos, son aquellas empresas en las que se tenía un servicio a domicilio propio, las cuales contaban con una o varias personas que les otorgaban la oportunidad de realizar el trabajo; un ejemplo de esto, los restaurantes de comida rápida y que con la aparición de aplicaciones como Uber Eats, Glovo o Rappi, las compañías prefieren reducir el gasto en otros servidores motorizados y optar por estas plataformas, ya que la demanda por medios digitales se incrementa y se han visto en la obligación variar la estrategia de ventas para no quedar rezagados frente a la competencia.

Por medio de esta investigación se podrán identificar algunas características de relevancia, ya que dicho tema ha provocado numerosos efectos en diferentes sectores de la población, por otra parte, se puede obtener datos importantes proveniente de personas que se desenvuelven en el campo de transporte doméstico, llámese usuarios, personas que utilizan las plataformas, conductores de taxis y repartidores de comidas.

Es así que las plataformas digitales además de otorgar la prestación de transporte, es también una nueva oportunidad de empleo para la población, ya que se les ha catalogado dentro del modelo de economía colaborativa, la cual se basa en la venta de un bien o prestación de servicio a cambio de una compensación pactada entre partes, en la que la persona obtiene un beneficio y el propietario, una ganancia. Su término, sus características y sectores serán más detallados a lo largo de esta investigación para solventar el conocimiento necesario y entender la relación en el transporte doméstico.

Según Perea (2017) en su investigación llamada Economía colaborativa: ¿Evolución de mercado o competencia desleal? Una visión desde el análisis económico del derecho, lo define de la siguiente forma:

La denominada economía colaborativa es un sistema transaccional caracterizado por conectar agentes particulares, a través del uso de las tecnologías de la información y la comunicación, con o sin intermediación de empresas, para que estos compartan, con o sin ánimo de lucro, recursos con capacidad ociosa que serán aprovechados por aquella parte que los valora. (p.30)

Por consiguiente la finalidad de la investigación es conocer cuáles son las plataformas digitales más utilizadas en el transporte doméstico y que se encuentran actualmente activas en el país costarricense, además de los efectos que han traído consigo desde su llegada en el año 2015. También ver cuáles son aquellas características relevantes de las aplicaciones tecnológicas con el fin de conocer las preferencias de usuarios y trabajadores, agregando que esto puede ayudar a emprender en el modelo de economía colaborativa.

Por lo tanto, esta investigación se centrará en tres grandes grupos de aplicaciones que se utilizan en el comercio en Costa Rica, específicamente en el transporte doméstico, plataformas enfocadas en el transporte de personas de un lugar a otro, aquellas que se utilizan para ordenar alimentos y en los que se ven involucrados los negocios grandes y los pequeñas empresas. También, las relacionadas con el envío o retiro de productos específicos de tamaños pequeños y fáciles de transportar y para finalizar, las herramientas tecnológicas encargadas de la logística de última milla, entrega de paquetería a mayor escala.

Por último, con esta indagación se espera conocer valiosos resultados a nivel teórico, sobre la economía colaborativa, los sectores en los que se basa y que existen actualmente. Además, identificar las características y los efectos de las plataformas digitales en el transporte doméstico, entender el concepto detrás de estas, el fenómeno que origina en la sociedad actual y ver cómo influyen estas aplicaciones en otras ciencias como la economía, las finanzas, los temas de empleabilidad y la producción de ingresos.

Antecedentes de la Investigación

Internacionales

Navarro y Ortiz (2016) realizaron un estudio titulado *Evaluación de ventajas y desventajas de Uber frente al servicio de transporte taxi entre las calles 53 a 45 y las Av. Caracas y Séptima*, en el cual, ellos concluyen que la población está dispuesta a sustituir el servicio tradicional de taxi, por un transporte público que les ofrezca mayor agilidad, comodidad y seguridad. Además, el

estudio indica que la legalización de esta modalidad de traslado es viable bajo restricciones dadas por la normativa vigente junto con el objetivo de la Alcaldía de Bogotá, la cual busca minimizar el uso de vehículo particular (p.12).

De acuerdo con lo mencionado anteriormente, se puede detallar que a partir de una herramienta digital, el uso del transporte público ha ido evolucionando, la relación que cabe resaltar para el desarrollo de esta investigación en concreto, es la utilización de la plataforma en el transporte doméstico, la preferencia de los usuarios con esta aplicación y no con un sector que se ha visto afectado y que incluso debe evolucionar para poder competir en el mercado.

Por otra parte, Rapp (2019) realizó un proyecto al cual llamó *Trabajo en las plataformas digitales: estudio del caso Uber*; dicha investigación se basa en realizar un análisis de los nuevos modelos económicos como lo es la economía colaborativa y su incidencia en la sociedad actual, además del estudio dedicado a las plataformas virtuales, desde una perspectiva del ámbito laboral. La información es desde una panorámica legal en la que se destaca como conflicto principal, su situación jurídica, la posición de los trabajadores y la actual en otros países.

Sobre lo anotado anteriormente, Rapp concluye:

Las dificultades jurídicas que ha traído consigo este nuevo modelo económico, han sido bastante abundantes en el ámbito laboral, con independencia de los sectores en los que ha comenzado de manera incipiente a llevar a cabo sus distintas actividades económicas. La mayor problemática ha sido [sic] la referida a las plataformas virtuales, sobre todo del caso Uber. (p.53)

Es así que se destaca la relevancia de la economía colaborativa, como bien se menciona en la investigación de Rapp, la relación con el transporte doméstico, tanto para el servicio de personas como el de reparto de comida por medio de las plataformas tecnológicas, las cuales dejan notar que se dan dentro de dicho modelo económico, la cual que será explicada a cabalidad en esta investigación, las características que la componen y los sectores que abarca.

Siguiendo la línea sobre el término de ese tipo de economía, Diez (2015) realizó una investigación la cual lleva por nombre, *La economía colaborativa: un nuevo modelo de consumo que requiere la atención de la política económica*, la cual destaca entre sus objetivos conocer el nuevo modelo de la colaboración económica que surge en España y otros países, analizando las ventajas y desventajas de este modelo, la evolución que tiene y el impacto que sufren las empresas tradicionales de los diferentes sectores.

Entre las conclusiones, Diez destaca que este modelo económico ha surgido a partir de la crisis de 2008 y provoca una transición del modelo tradicional a otro basado en la colaboración, de la mano de la tecnología en la que se da un profundo cambio respecto al consumo, la propiedad y el estatus social en el que la base es tener acceso a compartir y colaborar. Además, detalla que existen muchas plataformas de economía colaborativa en el mundo que se encuentran en diferentes sectores comerciales y que es de suma importancia que todo usuario deba conocer las ventajas e inconvenientes de estas plataformas antes de hacer uso de ellas (p.37).

Según la autora, en su investigación hace un estudio relevante para el tema de tesis en desarrollo, por cuanto hace especial hincapié al cambio progresivo de la economía colaborativa, ese impacto que se genera en la sociedad, contemplando posiciones positivas y negativas, ya que incluso prepara al lector, futuro usuario, a educarse de previo de estas nuevas modalidades, con tal de que identifiquen si resolverán sus necesidades como consumidores.

Por otra parte, el trabajo académico, *Impacto de la Economía Colaborativa en los Glover's del distrito de la Molina*, realizado por los estudiantes Pacheco, Pérez, Reyes, Tucto y Villaverde (2019) en Perú, en el que establecieron como objetivo principal, evaluar cuál ha sido el impacto de la economía colaborativa en los trabajadores independientes, vinculados a la plataforma Glovo, en la que detallan que las edades de las personas que laboran con la aplicación antes mencionada, van desde los 20 a los 29 años y en su mayoría son hombres.

Además, destacan que la mayoría de las personas que realiza esta modalidad de trabajo, lo hacen por carencia de oportunidades laborales y económicas, en las que los ingresos obtenidos como trabajadores dependientes no son lo suficiente para compensar los gastos. Algunos son

trabajadores de medio tiempo y se destaca que esta modalidad es vista como un trabajo temporal que no supera los tres años (Pacheco et al, 2019).

Por último, indican que el servicio tradicional de entrega de alimentos (*delivery*) se ha visto impactado por el modelo de la economía colaborativa, que va evolucionando gracias a la tecnología, la cual permite a los usuarios utilizar la plataforma para hacer pedidos de diferentes tipos de establecimientos. Esta innovación ha permitido que los establecimientos afiliados a Glovo tengan un crecimiento considerable, ya que facilita la diversificación y el ahorro en costos por el concepto de mantener independientemente (tradicionalmente) el servicio de entrega de alimentos (Pacheco et al, 2019, p.24).

Referente a lo anterior, se establece la relación que existe con el tema en desarrollo, debido a que se denota el impacto que una plataforma tecnológica ha tenido en la sociedad y en el comercio como tal, donde si bien ha dado oportunidades laborales a muchas personas, no es necesariamente un trabajo que sea permanente, sino más bien un medio para poder ayudarse en metas personales o bien, tener un ingreso extra para poder solventar los gastos.

Por otra parte, Hernández y Galindo (2016), en Toluca México, realizaron un estudio titulado, *Modelo de gestión del servicio de transporte Uber ¿Quién gana y quién pierde?*, el cual estaba enfocado en la realización de una comparación entre el modelo de gestión del servicio proporcionado en México de la plataforma Uber y el servicio de taxi, analizando tanto la sociología del trabajo como su flexibilidad.

Las conclusiones de dicha comparación entre ambos servicios de transporte de personas, mencionan que Uber replica un modelo de gestión de taxi tradicional, en relación con la flexibilidad en la organización y relaciones de trabajo, y conforme avanza el crecimiento en el país, van ingresando otras aplicaciones que brindan servicios similares como “Easy Taxi”, “Taxibeat” y “Yaxi”, los cuales van tomando fuerza en el mercado mexicano (Hernández, Galindo, 2016, pp.159-160).

También, destacan que se requiere de una modificación a la política regulatoria del servicio de transporte, ya que se encuentra frente a un tema de acceso y equidad, en el que sólo los que pueden pagar tienen opciones de seguridad y calidad en el servicio, que aboga además, que las aplicaciones tecnológicas han permitido rediseñar el sistema de transporte público de una manera más eficiente (Hernández, Galindo, 2016, p.171).

Como bien se detalla en los párrafos anteriores, las aplicaciones tecnológicas han modificado la economía y aunque bien lo mencionan, que en el sector transporte doméstico de personas ha afectado al servicio público como los taxis, también han llegado otras plataformas y es allí donde se toma la relevancia con el tema en estudio, ya que en Costa Rica a partir de la llegada de Uber, otras fueron incursionando en el mercado como DiDi, OMNi y Boon Riders, esto en el servicios de transporte de personas, aplicaciones como Glovo, Uber Eats y Rappi, entre otras, en la movilización de bienes y alimentos de restaurantes y demás.

Nacionales

La investigación realizada por la Unidad Técnica de Apoyo de La Comisión para Promover la Competencia [COPROCOM], (2018) en Costa Rica, titulada, *Regulación y competencia en el transporte remunerado de personas modalidad taxi y similares*, tenía como objetivo principal el realizar un análisis de la normativa vigente que rige al sector de modalidad de taxi, además, una delimitación del servicio que se encuentra exceptuado o regulado, una descripción de la estructura de mercado y una comparación con la forma en que otros países han estructurado dicho sector (p.9).

Por lo tanto, concluyen que dicho estudio constituye una necesidad colectiva y un factor determinante para el crecimiento y desarrollo económico que el servicio público de modalidad taxi tiene como problema, poco acceso a la información del conductor, seguridad, calidad del vehículo, y predictibilidad de precios, es así que dichos problemas corroboran que los gobiernos de otros países, han introducido regulaciones que procuran esas condiciones, pero en Costa Rica se han mantenido por décadas y han quedado desfasadas (COPROCOM, 2018, p.95).

Además, el taxi es considerado un servicio público que se encuentra ampliamente regulado; sin embargo, esto no ha obstaculizado la presencia de personas que prestan el servicio de forma irregular como los llamados “piratas” o bien, por medio de plataformas digitales como Uber, que a 2018 ya contaba con 20.000 socios. También se denota la falta de vigilancia del cumplimiento de las restricciones, como ejemplo, el que la unidad no sea atendida por los dueños de la placas y se dé el alquiler de placas, lo cual es prohibido (COPROCOM, 2018, p.95).

Si bien, la investigación anterior se destaca en el servicio de taxi y su regulación, de igual forma, se puede relacionar con el desarrollo de esta tesina, porque se intensifican los problemas que un sector del transporte doméstico ha tenido por décadas y que a partir de la llegada de las plataformas tecnológicas como Uber y DiDi, ha ido disminuyendo su uso por parte de la sociedad. Es de tal manera que se pueden asociar los efectos, su aceptación y el rumbo que han tenido dichas aplicaciones en nuestro país.

Según Aguilar (2016), de la Universidad de Costa Rica, quien realizó un proyecto, el cual tituló *Diseño de una evaluación financiera a 5 años para la empresa de comercio electrónico “Taxi Digital” en la industria del transporte público de pasajeros en taxi en Costa Rica*, detalla que el mercado de los teléfonos inteligentes está en crecimiento y esto ha provocado más que una necesidad que se haya convertido en una multiherramienta, la cual permite el acceso a una diversidad de servicios, es por esto que se da el auge de las aplicaciones móviles.

Del anterior extracto, se suscita el impacto fundamental positivo de los teléfonos inteligentes, la tecnología y las aplicaciones móviles para el trasiego de individuos, el cual destaca que su uso ha permitido dar pasos agigantados en la modernización en el transporte público. Para el tema en investigación es vital conocer métodos, artefactos e ideas que potencien la comercialización en este caso, puntualmente el de la movilización de personas y además, deja notar que la creación de plataformas es una posibilidad para las empresas para que puedan competir en el mercado nacional.

Por último, la tesis realizada por Arias y Vásquez (2017), estudiantes de la Universidad de Costa Rica y titulada *Uber: ¿Existe relación laboral entre los conductores que brindan el servicio*

de Uber y la empresa Uber?, mencionan como hipótesis, que las características de la relación existente entre la empresa antes mencionada y sus chóferes, evidencian rasgos de laboralidad, en los que las compañías prefieren contratar trabajadores autónomos que subordinados para eximirse del pago de obligaciones económicas y además, que gracias a los avances tecnológicos se han dado nuevos modelos de mercado, mencionando así la economía colaborativa como un sistema económico novedoso.

Además, entre sus conclusiones explican que se ha generado un cambio cultural que suscita la reutilización de productos mediante el préstamo, el alquiler, el intercambio o la compra a un menor precio de artículos ya utilizados. La economía colaborativa está teniendo su gran auge en tres sectores específicos, los cuales son: el alojamiento compartido, los bienes de segunda mano y el transporte (Arias, Vásquez, 2017, p.144).

La tesina en desarrollo pretende evidenciar la economía colaborativa y la relación que se puede denotar con la investigación de los estudiantes de la UCR, Arias y Vásquez, es exactamente esta, entender el manejo de las economías colaborativas, los requisitos y sus sectores, y cómo esta economía ha ayudado al incremento de ingresos de una parte de la población.

Proyecciones de la Investigación

La economía colaborativa ha venido a dar un aporte importante en varios procesos de diferentes sectores. Algunas particularidades que el mercado pide actualmente han hecho que esas partes hagan cambios sustanciales, mejoras, hasta hacer reingenierías, logrando la innovación para poder competir en un mercado fuerte, en la cual, si no se tiene una herramienta tecnológica se entra en una zona de confort y el negocio puede morir.

Por lo tanto, en la presente investigación se identificarán las características relevantes de las plataformas tecnológicas en el transporte doméstico más utilizadas en la GAM, con el fin de conocer las preferencias entre los usuarios y colaboradores. Además, con el objeto de dar a conocer a las empresas estos puntos principales a la hora de crear una aplicación, porque lo pueden

considerar para innovar su negocio, lograr obtener el éxito en el mercado y optar por competir en el comercio nacional del transporte doméstico.

Además, las aplicaciones digitales han venido a revolucionar el comercio, existe un antes y un después de su llegada a Costa Rica, el fenómeno envuelto en estas herramientas tecnológicas conlleva economía, empleo, mejoras en diferentes industrias, al igual que innovación, competencia, crecimiento de negocios e ingresos, entre muchos otros efectos o factores relevantes y que son parte esencial en el desarrollo de esta tesina.

Por consiguiente, se conocerán los posibles efectos que se ha generado en las personas de la GAM desde la llegada de plataformas tecnológicas en el transporte doméstico en la sociedad costarricense, vista desde los usuarios, así también como aquellas personas que laboran bajo este modelo de negocio, las empresas dedicadas al transporte doméstico por medio de dichas herramientas digitales.

Por otra parte, aunque la tecnología está en constante cambio y los comercios han tenido que apoyarse en sus avances para lograr incursionar en el mercado o bien, fortalecerse aún más económicamente, siguen apareciendo detalles que mejorar, las aplicaciones de transporte doméstico son diariamente manipuladas por cientos de personas con gustos y preferencias diferentes, lo que hace que las empresas deban indagar sobre esto, para así brindar la mejor plataforma con todas las necesidades de la población, tanto para el trabajador como el usuario.

Es por esta razón que se desarrollará una propuesta de mejora en las aplicaciones de transporte doméstico, de acuerdo con lo analizado y recolectado en las entrevistas que se realizarán para dicha investigación, una guía de mejora que será dirigida hacia las empresas creadoras de aplicaciones, con el fin de que puedan elaborar y actualizar sus herramientas tecnológicas que beneficie a cada compañía, así como a las personas que usan las mismas para laborar.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

Transporte

El término transporte es definido por Saénz (2018) como “un sector estratégico, en nuestra economía, ya que permite la movilidad y el intercambio de personas, mercancías o bienes, algo fundamental en un mundo globalizado” (p.14). De tal forma que es una herramienta esencial para el desarrollo de los diferentes sectores productivos, en la que lo principal es el comercio entre individuos y empresas, buscando así, niveles altos de eficiencia en el servicio para mejores resultados económicos.

Si bien es cierto, el transporte se utiliza para diversas actividades económicas, pero la importancia va depender del sector en el que se esté enfocado, a nivel internacional, este aspecto es el punto clave a la hora de negociar, pero no por ello se descarta que nacionalmente no sea relevante, este es uno de los medios en el que las personas hacen uso para sus relaciones personales y comerciales, desde trasladarse de un lugar a otro, hasta enviar un producto a un cliente específico. El transporte también es expresado por Chavarro y García (2013) como:

Es toda actividad encaminada a trasladar el producto desde su punto de origen hasta el lugar de destino. Obviamente es una función que integra la calidad del servicio, costos e inversiones de capital. La palabra transporte se relaciona inevitablemente con el concepto de movimiento físico del producto. (p.42)

Transporte por carretera (doméstico)

Sáenz (2018) indica que “El transporte por carretera presenta como característica más representativa la posibilidad de transportar la mercancía puerta a puerta, ya que la accesibilidad es total. Es un medio flexible, pues se pueden transportar diferentes tipos de cargas” (p.15). Dicho término también se debe de visualizar en el traslado de personas de un lugar a otro, no exclusivo de productos o bienes. Los individuos diariamente hacen uso de este, de forma personal o dependiendo de servicios públicos y privados.

Movilidad

Moya (2017) citando a Gutiérrez (2012) aporta que:

Es una práctica social de desplazamiento entre lugares con el fin de concretar actividades cotidianas; involucra el desplazamiento de las personas y sus bienes, y conjuga deseos y/o necesidades de viaje (o requerimientos de movilidad) y capacidades objetivas y subjetivas de satisfacerlos, de cuya interacción resultan las condiciones de acceso de grupos sociales a la vida cotidiana. (p.6)

En las ciudades modernas, la movilidad se ha transformado en una necesidad básica y un derecho. Se necesita la movilización para que las personas puedan relacionarse con los otros, intercambiar bienes y para acceder a servicios. Así, la posibilidad de desplazarse por y en la ciudad, se puede considerar como una de las libertades de las sociedades democráticas (Moya, 2017 citando a Lazo, 2008, p.6).

Como se expresa anteriormente, la movilidad se ha convertido en un elemento esencial en la sociedad y no solo abarcando el hecho de desplazarse de un sitio a otro y trasladar distintos bienes, sino que además, se debe valorar la calidad en la que se da ese movimiento, ya que genera un impacto significativo en los usuarios y por ende, en la economía. Aspectos como la rapidez, fiabilidad, seguridad, eficiencia y costo, hacen que los individuos elijan el modo en cómo quieren transportarse y por medio de cuál servicio.

Tecnología

Es posible, en los últimos años y con el avance de tecnologías como sistemas de posicionamiento global, obtener una gran cantidad de información relacionada con la trayectoria seguida por objetos móviles tales como personas, animales y vehículos. El concepto de trayectoria está asociado con la posición cambiante de un objeto en un espacio dado durante un intervalo. Este caso permite evidenciar cómo la información puede conducir al descubrimiento de tendencias y

patrones espacio temporales que de otro modo serían muy difíciles de detectar permitiendo el mejoramiento del servicio y la optimización de los recursos (Moreno, Arango y Echev, 2010 citado por Galvis, 2018).

Por lo tanto, dichos avances se han ido modificando con el pasar de los años y se han dado cambios muy positivos en distintos sectores, en donde el comercio es uno que se ha visto beneficiado. La sociedad actual vive un rápido desarrollo de la tecnología, es así que las familias y empresas en general, hacen uso de la tecnología para comunicarse, desplazarse de un lugar a otro, adquirir bienes o alimentos, realizar trabajos, informarse y además aprovecharla para generar ingresos.

Según Cifuentes, Penagos y Rodríguez (2011): “la tecnología es considerada ciencia aplicada, ya que es un proceso por medio del cual se hace posible la aplicación de la ciencia para satisfacer las necesidades humanas” (p.20), la cual lleva a la transformación de conocimientos y métodos humanos de una forma más simple, la que perfectamente se puede aplicar en cualquier segmento, buscando una realidad artificial y más eficiente.

Se resalta que la base del conocimiento de tecnología es la aplicación de las nuevas tecnología a partir de unos conocimientos previos en áreas específicas como son: Biotecnología, Robótica, Tecnologías de la Información y la Comunicación (Tic), Estudio de Materiales, Microelectrónica, Tecnología química y Mecánica de precisión entre otras. (Cifuentes et al, 2011, p.21)

Tecnologías de información y comunicación (TICs)

Gimeno (2010) citando a la Comisión Europea (2001) expresa lo siguiente:

Las tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC) son un término que se utiliza actualmente para hacer referencia a una gama amplia de servicios, aplicaciones y tecnologías, que utilizan diversos tipos de equipos y de programas

informáticos, y que a menudo se transmiten a través de las redes de telecomunicaciones.

Las TIC incluyen conocidos servicios de telecomunicaciones tales como telefonía, telefonía móvil y fax, que se utilizan combinados con soporte físico y lógico para constituir la base de una gama de otros servicios, como el correo electrónico, la transferencia de archivos de un ordenador a otro y en especial Internet, que potencialmente permite que estén conectados todos los ordenadores, dando con ello acceso a fuentes de conocimiento e información almacenados en ordenadores de todo el mundo.

Entre las aplicaciones se cuentan la videoconferencia, el teletrabajo, la enseñanza a distancia, los sistemas de tratamiento de la información o el inventario de existencias entre otras. En cuanto a las tecnologías, son una amplia gama que abarca desde las "antiguas" como la radio y la TV a las "nuevas" tales como comunicaciones móviles celulares; mientras que las redes pueden comprender cable de cobre o cable de fibra óptica, conexiones inalámbricas o móviles celulares, y los enlaces por satélite. (p.9)

Por consiguiente, la tecnología no solo permite el acceso a información en esta nueva era digital, sino que abarca sectores económicos y sociales, donde son utilizadas como herramientas de colaboración para la productividad referente a un trabajo o un servicio brindado, se puede decir que son usadas en una infinidad de ámbitos, desde personas que requieren indagar sobre algún tema específico, hasta aquel que la necesita para realizar su labor diaria. El uso de Internet, las TICs y los teléfonos móviles, ha ayudado al crecimiento en términos monetarios a la sociedad en países que poco a poco se suman al cambio de la globalización.

Internet.

Esta ha puesto de manifiesto la creciente evolución de la demanda de bienes y servicios a través de la vía electrónica y el incremento experimentado por el número de empresas que se lanzan a operar por la Red. La utilización de Internet como nuevo canal de ventas y distribución es una alternativa cada vez más consolidada y generalizada en el mercado actual; de tal manera, que este entorno está considerado como una nueva vía para lograr un mayor crecimiento y una progresiva

diferenciación de las empresas del sector, buscando la mejora de competitividad y mayor satisfacción del cliente (Gimeno, 2010 citando a Clemente y Escrivá, 2003, p.30).

Adquirir bienes o servicios de forma electrónica (*online*) se ha convertido en parte esencial en la actualidad y conforme pasa el tiempo, se utiliza mayormente, las nuevas generaciones buscan facilidad y rapidez al comprar algún producto, Internet ha venido a solventar estos factores y es por ello que las aplicaciones utilizadas mediante esta vía han tenido un auge importante y se van posicionando cada vez más en la sociedad.

Al año 2017 en Costa Rica, 81% de la población tenía acceso a Internet desde un dispositivo móvil, destacando que las personas entre las edades de 18 y 34 años superan el 90%, el porcentaje más alto de tenencia del servicio, mientras que los individuos mayores de 55 años de edad representan un 49%. Esto destaca las brechas generacionales existentes en cuanto al acceso y uso de las tecnologías de la información y comunicación (Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones, 2017, p.30).

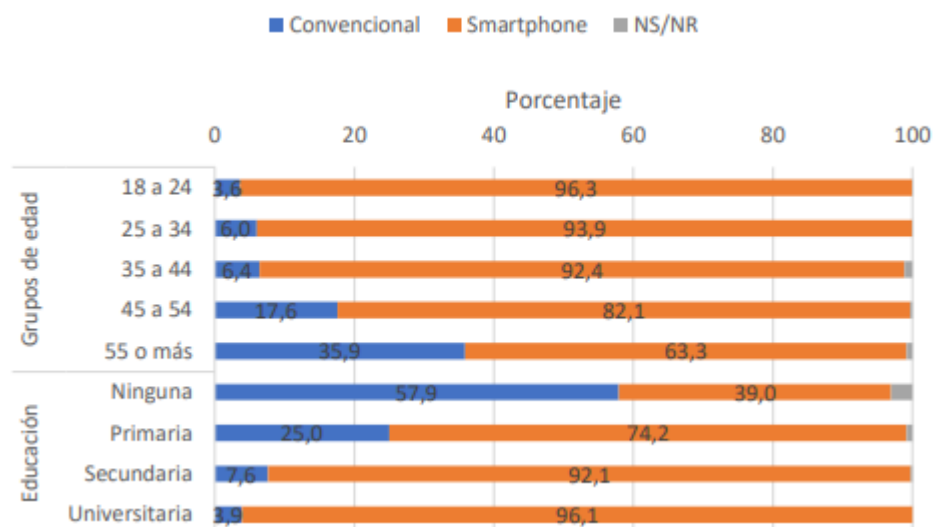
Telefonía celular.

El uso de dispositivos móviles llamados teléfonos inteligentes comenzó como una moda que ha crecido constantemente desde el lanzamiento del primer *smartphone* (iPhone) en 2009 y pasó de ser moda a una herramienta de la vida cotidiana. Estos se han convertido en parte fundamental de todas las actividades diarias, ya que hoy no solo se utilizan para sus servicios básicos como las llamadas, sino que además, se usan para transmitir información, grabar y recordar momentos por medio de imágenes y videos, y prácticamente son una computadora portátil del tamaño del bolsillo de una persona (Aguilar, 2016, p.41).

Cabe destacar que la telefonía móvil es lo que da pie al uso de aplicaciones mediante Internet, siempre y cuando sean teléfonos inteligentes, es por esto que al año 2017 según la encuesta de acceso y uso de los servicios de telecomunicaciones en Costa Rica del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones, el 87% de la población cuenta con celular inteligente

(*smartphone*). De igual forma, esto va asociado al rango de edad, ya que las personas mayores de 55 años tienen uno convencional.

Imagen 1. Distribución porcentual del tipo de teléfono móvil según grupos de edad



Nota: MICITT, 2017

Plataformas Digitales

El inicio de las plataformas digitales se centra en los años 90, cuando el público principal o bien, esencial eran los ciudadanos jóvenes; que permitiera el fácil aprendizaje y acceso a los contenidos digitales, empezando bien, con modificaciones y plataformas para empresas importantes como Ebay y Amazon, generando de esta forma el comercio electrónico. Años después se da la aparición o bien, el uso de plataformas a nivel de servicio de transporte doméstico, que abarca desde desplazamiento de personas, alimentos y bienes, desarrollándose en la era de economía colaborativa, lo que lleva una innovación global de la industria del automóvil, alimenticia y demás que se enfocan o hacen parte de esta; sin embargo, es en agosto de 2015 que aparece la primera plataforma de transporte doméstico en Costa Rica a operar, llamada Uber, la cual ha venido creciendo con los años y se encuentra aún activa en 2020, dicha aplicación digital ha sido la pionera en el país, de esta nueva modalidad de negocio, permitiendo el acceso a muchas personas a obtener un ingreso único o extra, llegando a impactar a la sociedad y a la Nación como tal y conforme avanza el tiempo, muchas otras aplicaciones más dedicadas también al transporte

doméstico, han surgido para competir en este sector, las cuales se detallarán más adelante en dicha investigación. Según Arias y Vásquez (2017) citando a Pérez y Gardeny (2013) definen plataforma virtual como:

Un sistema que permite la ejecución de diversas aplicaciones bajo un mismo entorno, dando a los usuarios la posibilidad de acceder a ellas a través de Internet. Esto quiere decir que, al utilizar la plataforma virtual, el usuario no debe estar en un espacio físico determinado, sino que sólo necesita contar con una conexión a la Web que le permita ingresar a la plataforma en cuestión y hacer uso de sus servicios. (p.85)

La creación de las aplicaciones para los teléfonos inteligentes o *smartphones*, ha cambiado la forma de realizar acciones no solo en Costa Rica, sino en todo el mundo, ya que por medio de estas tecnologías (software) se puede sacar provecho de las funciones y herramientas colocadas en los teléfonos inteligentes (hardware), alcanzando así, nuevos horizontes para el desarrollo de negocios que se pueden colocar al alcance de la mano del cliente (Aguilar, 2016, p.43).

La tecnología crece rápidamente y ha logrado ser parte del diario vivir de las personas, ha modificado la forma en la que se adquieren productos, la relación con otros individuos, permite que todo esté a la mano y que sea de fácil acceso, todo gracias a Internet y la creación de aplicaciones digitales, hay numerosas de estas para abarcar diferentes necesidades, desde comunicarse, comprar, ordenar comida, jugar y movilizarse de un sitio a otro.

Plataformas digitales de transporte de personas

Actualmente existen numerosas aplicaciones digitales para el transporte de personas de forma remunerada, en las cuales la persona que brinda el servicio adquiere una ganancia y la que lo recibe solventa su necesidad, todo por medio de la vía electrónica, dichas herramientas están a nivel mundial y algunos países han empezado con la creación de nuevas para poder competir, Costa Rica no ha sido la excepción, para el desarrollo de este proyecto se mencionarán las más relevantes en la Gran Área Metropolitana, de ahora adelante reconocida por sus siglas GAM.

Uber.

Los inicios de Uber se dan en marzo del año 2009 creada por Travis Kalanick y Garrett Camp, cuando desarrollan la aplicación para teléfonos inteligentes y las personas pueden solicitar un servicio de transporte privado con solo un botón, la plataforma se lanza en la ciudad de San Francisco, Estados Unidos. Para el año 2018 se encontraba en 63 países y más de 700 ciudades, de acuerdo con lo indicado en la página web oficial.

En Costa Rica, Uber fue la pionera en el transporte doméstico mediante plataformas, iniciando en el año 2015 y según Coto (2020), gerente de comunicación de dicha empresa para Centroamérica, en la carta abierta plasmada en la página web de Uber, expresa lo siguiente:

Desde la activación en el país, la plataforma de Uber se ha convertido en una alternativa segura, eficiente e innovadora para una creciente comunidad que actualmente supera los 971.000 usuarios, facilitando así la movilidad no sólo de los costarricenses, sino también de turistas que visitan Costa Rica procedentes de más de 77 países del mundo. (párr.2)

Hoy en día, la plataforma de Uber representa una fuente de ganancias adicionales para más de 28.000 socios colaboradores y sus familias que han encontrado en la app una alternativa para hacerle frente al costo de la vida y a un difícil clima económico que cerró en el 2019 con una tasa de desempleo del 11,4% según datos del tercer trimestre del Instituto Nacional de Estadística y Censo -INEC, una de las más altas de América Latina. (párr.4)

Dicha empresa ha tenido un incremento muy significativo desde sus inicios y cada vez son más los socios colaboradores que trabajan con esta plataforma, al igual que aumentan los usuarios día con día. Para poder utilizarla, tanto los clientes como los trabajadores deben descargar la aplicación en sus teléfonos celulares inteligentes y aceptar los términos y condiciones ofrecidos de la empresa, para ella hay dos aplicaciones diferentes, una para el que otorga el servicio, llamada

Uber Driver y la otra para el que lo necesita llamada Uber-Pide un viaje o bien, la versión que consume menos datos, Uber Lite.

Uber driver.

Los socios conductores que deseen formar parte de Uber Driver deben cumplir con algunos requisitos como los siguientes:

- Ser mayor de 21 años
- Inscribirse en la plataforma
- Cargar documentos como la licencia de conducir, hoja de delincuencia, marchamo y Riteve de la unidad

Imagen 2. Requisitos vehiculares de Uber

 uberX <i>Para calificar para uberX tu vehículo tiene que cumplir ciertos requisitos:*</i> • Modelo de máximo 10 años de antigüedad (ej. en el 2018 se aceptan modelos del 2009 en adelante) • Con 4 puertas, maletero y en buen estado • Que tenga aire acondicionado • Capacidad de 5 pasajeros (incluido el conductor)	 uberXL <i>Para calificar para uberX tu vehículo tiene que cumplir ciertos requisitos:*</i> • Modelo de máximo 10 años de antigüedad (ej. en el 2018 se aceptan modelos del 2009 en adelante) • Con 4 puertas, maletero y en buen estado • Que tenga aire acondicionado • Capacidad para 7 o más pasajeros (incluido el conductor)
--	---

Nota: Uber.com, 2020

Según Arias y Vásquez (2017), dentro del contrato que se realiza entre el conductor de Uber y la aplicación, se establece lo siguiente:

El chofer de Uber tiene derecho a recibir una compensación económica por el servicio prestado, el cual será determinado de manera exclusiva por la empresa Uber. No obstante, Uber deja abierta la posibilidad de que el chofer le cobre al usuario cualquier gasto extra en el que haya incurrido durante la realización del

viaje, como peajes, impuestos o tasas. Uber es el encargado de cobrar dicha compensación e inclusive aquellos pagos extras realizados si así lo dispone el chofer, en el entendido que el pago recibido por Uber es como si lo estuviera recibiendo el chofer. (p.90)

Por otra parte, el socio conductor debe adquirir una póliza de responsabilidad de automóviles, la cual pueda cubrir daños y lesiones a la propiedad del chofer, al conductor y a terceras personas. Además, en el ámbito de la demanda de servicio, la empresa no le garantiza al chofer la cantidad de viajes que pueda obtener y no se responsabiliza por algún daño ocasionado por un tercero. Cabe destacar que algo importante es el hecho de que cualquiera de las dos partes puede dar por terminado el contrato o bien, si la compañía considera que el conductor no está habilitado para otorgar el servicio.

Uber-pide un viaje.

Las personas que deseen ser usuarios y trasladarse de un lugar a otro por medio de esta compañía, deberán descargar la aplicación Uber-pide un viaje, exclusiva para clientes, en la cual procederán a crear una cuenta con los datos personales, nombre completo, correo electrónico, número telefónico y elegirán el método de pago cada vez que requieran el servicio, por lo tanto, registrar tarjetas de débito o crédito, o bien, pagar en efectivo, esto se decide antes de realizar el recorrido.

De acuerdo con la página web oficial de Uber (2020) se menciona que “Los precios iniciales de los pasajeros se basan en la duración y duración estimadas del viaje. Esta estimación puede variar a medida que predecimos factores del mundo real como el tráfico”, mientras que las tarifas de los conductores se basan en tiempo real y distancia de cada viaje y aunque existan promociones para los usuarios, los choferes no se ven afectados. En la aplicación, antes de pedir el servicio, el usuario puede encontrar el precio estimado, dependiendo del carro que desee (UberX, UberXL, UberECO, Comfort) y el lugar del destino.

Una vez que el socio conductor acepte el viaje, la aplicación le muestra al usuario la ubicación del chofer, la hora estimada de llegada al punto de partida y de llegada, el nombre, placa del carro y modelo, también, el cliente puede verificar el perfil del que ofrece el servicio, la calificación que tiene y diversos comentarios sobre antiguos usuarios. La página web de Uber expone la utilidad del perfil de la siguiente forma:

El perfil de un Socio Conductor tiene mucha información interesante. Además de las calificaciones, insignias de logros e historiales de viajes, aparecen los reconocimientos que recibió y las notas de agradecimiento que enviaron otros usuarios como tú. Conocernos permite mejorar la experiencia y disfrutar del viaje sin problemas. (Uber, 2020)

Uber lite.

Esta es la plataforma tecnológica que brinda el mismo servicio de Uber pide un viaje, con la diferencia de que es una aplicación mucho más ligera con un peso de 5MB y que funciona mejor en teléfonos con poca memoria, en zonas de mala conexión a Internet y que consume hasta un 80% menos de datos, facilita el proceso de selección de viaje en solo cuatro clics. Cabe destacar que es para celulares Android versiones 4.4 o superiores y al ser más liviana, no incluye todas las funciones disponibles de la herramienta normal de Uber.

DiDi.

Didi Chuxing da inicio en febrero 2015, cuando se fusiona con Kuaidi Dache (otra aplicación importante en China), fue fundada por Cheng Wei y en ocho años esta plataforma se convirtió en líder en el mundo en lo que respecta a transporte y comodidad móvil, con más 550 millones de conductores en Asia, América Latina y Australia. Según la página oficial de Didi, se menciona lo siguiente:

Cheng Wei y su equipo están comprometidos a colaborar con los responsables políticos, la industria del taxi, la industria del automóvil y las comunidades para

resolver los desafíos mundiales de transporte, medio ambiente y empleo con innovaciones de transporte inteligente localizadas mediante el aprovechamiento de sus capacidades de inteligencia artificial. Al mejorar continuamente la experiencia del usuario y crear valor social, DiDi se esfuerza por construir un ecosistema de transporte móvil seguro, inclusivo y sostenible para las ciudades del futuro. (DiDi, 2020)

DiDi conductor.

La aplicación DiDi conductor da inicio en Costa Rica a finales de noviembre de 2019, en ciudades de Alajuela, Heredia, Cartago y San José, durante su inauguración, la plataforma otorgaba beneficios a los primeros choferes que se inscribieran. De acuerdo con Castro (2019) y citando a Mondragón (2019): “En Costa Rica haremos el lanzamiento con “DiDi Express”, que es el servicio clásico. Próximamente, esperamos ampliar a la línea premium, autos con mayor capacidad y para personas con discapacidad física”, explicó Pablo Mondragón, gerente de DiDi Costa Rica” (párr. 4).

Como menciona el texto anterior, DiDi da sus inicios con la línea económica, con el fin de abarcar territorio en el mercado, al igual que dando beneficios extras a los socios conductores. Esta plataforma es exclusiva para los choferes y al igual que con Uber, se requieren requisitos para formar parte de la misma, algunos de ellos, ser mayor de edad, licencia de conducir, hoja de delincuencia, un automóvil del año 2009 en adelante.

Según la página oficial, por cada viaje realizado por el socio conductor, la compañía DiDi se dejará un 15% y el precio es medido por las distancias y el tiempo. La plataforma le notifica al chofer cuando hay una alerta de servicio y él dispone de 15 segundos para aceptar o rechazar el viaje, en caso de proseguir, la aplicación le da la oportunidad de conocer al cliente mediante su foto y nombre, para mayor seguridad y poner comunicarse con él por medio de mensajes en caso de algún atraso. De acuerdo con la página web oficial de DiDi, se menciona lo siguiente:

Una vez aceptado el viaje, podrás ver en tu pantalla el nombre de tu pasajero. Podrás comunicarte con él para acordar un punto de encuentro y/o para preguntarle sobre algún factor para facilitar su identificación. Por tu seguridad, siempre confirma que el pasajero que está subiendo a tu automóvil corresponda al usuario que aparece en la app. (DiDi, 2020)

Además, la compañía cuenta con un servicio 24/7 para asistir tanto a socios como a usuarios de la plataforma y le otorga al conductor un kit de seguridad en la realización de los viajes. Es una aplicación que da la libertad a la persona de trabajar en el horario que mejor le convenga. Otro de los requisitos importantes para ser aceptado para laborar en esta herramienta tecnológica, es optar por un seguro para el vehículo y que esté vigente (DiDi, 2020).

La empresa se enfoca en la seguridad como punto clave para que los viajes se realicen de la mejor forma, por lo tanto, pone a disposición de los conductores y pasajeros, las zonas seguras por dónde circular, información del destino, datos del usuario y chofer, el número de teléfono de ambos estará de forma privada, la aplicación da la opción de compartir el viaje hasta con cinco contactos de confianza y la ubicación en tiempo real, además, al igual que Uber, al finalizar el viaje el pasajero puede calificar el servicio (DiDi, 2020).

DiDi pasajero.

La aplicación que deben de descargar las personas que requieran el servicio de traslado de un lugar a otro es llamada DiDi pasajero, para el registro como pasajero, se deberá de ingresar el número telefónico, aceptar términos y condiciones, luego, la aplicación enviará automáticamente un código de verificación por mensaje (SMS), el cual se debe de agregar en la plataforma con el fin de validar la cuenta, también es necesario la creación de una contraseña, datos personales como nombre, apellido, foto de perfil y redes sociales en las que esté asociado y además solicita un método de pago.

En Costa Rica, cuando la aplicación ya se encontraba lista para ser utilizada, la compañía otorgaba hasta un 50% de descuento con la utilización del código PURAVIDA, además, en el

lanzamiento en el país, habilitaron un programa de referidos en el que los usuarios que recomendarán la plataforma a amigos y familiares, recibirían descuentos y hasta la actualidad, la empresa busca beneficiar a sus pasajeros y brinda la oportunidad de participar en promociones. De acuerdo con el sitio web oficial de DiDi, se menciona lo siguiente con respecto a la solicitud de un viaje:

Una vez que ingreses a la app, verás en la parte superior un espacio con la leyenda “¿A dónde vamos?”. Ahí, podrás ingresar la dirección de tu destino. Posteriormente, en la parte inferior aparecerá el monto aproximado del costo y los métodos de pago para realizar tu viaje. Asegúrate de que las direcciones del punto de encuentro y el destino sean las correctas; después, haz clic en “Confirmar el viaje”. Por último, mueve el pin verde hacia el punto de encuentro donde verás al conductor y da clic en “Confirmar”. ¡Listo! Ya puedes iniciar tu viaje con DiDi. (DiDi, 2020)

De acuerdo con el párrafo anterior, es importante recalcar que la empresa hace un precargo en la tarjeta o una preautorización, como medio de seguridad para la plataforma digital, la cual no es definitiva para asegurar la eficiencia del pago, en caso de que el viaje no se realice, el pasajero o conductor lo cancele, DiDi hace la devolución de dicho monto a la institución bancaria y esta, a la cuenta del pasajero.

OMNi.

Esta aplicación es creada en Costa Rica en el año 2019, inicialmente para el alquiler de bicicletas de pedal asistido, las cuales se activan o desactivan por medio de la plataforma. El proyecto inició con mil bicicletas y a octubre de 2019 ya contaba con 35.000 mil usuarios. La empresa está conformada por un grupo de costarricenses y un socio en la parte tecnológica y operativa, llamada Grab, la cual es una compañía de origen asiático que se dedica a la industria de la movilidad (Forbes, 2019).

La idea de esta plataforma nace para facilitar el transporte, ayudar al bienestar y salud de las personas; sin embargo, conforme avanza el tiempo, la plataforma ha ido agregando otros

servicios aparte de la movilidad como OMNi Moni, que se enfoca en servicios financieros. En el enfoque de traslado tiene tres formas de brindar el servicio como OMNiBicis, OMNiScooter y OMNiTaxi.

OMNiBicis.

Es requisito que la persona descargue la aplicación OMNi para hacer uso de las bicicletas de pedal asistido y según los términos del contrato, los clientes deben de considerar lo siguiente:

El Cliente registrado de OMNiBicis sea mayor de 18 años. Los menores de edad sólo podrán acceder a OMNiBicis a través de sus padres o tutores legales, quienes asumirán los riesgos, responsabilidades y obligaciones de la persona menor de edad al hacer uso de la Bicicleta Compartida y OMNiBicis. (OMNi, 2020)

Dentro de los detalles a destacar en el uso de las bicicletas de uso compartido, el cliente debe de llevar sus propios implementos de seguridad, así como realizar la correcta desinfección de los dispositivos y la persona acepta que es el único responsable de dar una operación segura, respetando en todo momento la legislación de tránsito. Además, pagará los cargos aplicables por el uso del bien, la recogerá y estacionará en los lugares establecidos y habilitados por OMNiBicis.

OMNiTaxi.

La página web oficial de la plataforma indica lo siguiente: “Pronto podrás pedir tu servicio de OMNiTaxi en todo el territorio nacional usando tu súper app OMNi. Viajé a toda hora, sin restricción vehicular, sin tarifas dinámicas y con todos los seguros de ley para las personas usuarias”, por lo tanto, la empresa se dirige a este sector, los taxistas formales de Costa Rica con el fin de promover la competencia y hacer generar mayores ingresos a este grupo de conductores.

El servicio que se brinda por medio de OMNiTaxi es de acuerdo con la disponibilidad de los taxis en los distintos lugares en los que sean requeridos por el cliente, además, según los términos y condiciones de la aplicación OMNi indica lo siguiente:

El Cliente acepta y reconoce que por el uso del Servicio deberá pagar al Proveedor la tarifa prescrita por la Compañía para cada momento en que utilice el Servicio. Todos los precios indicados están sujetos a los impuestos aplicables a menos que se indique lo contrario. La Compañía se reserva el derecho de modificar los precios del Servicio en cualquier momento sin previo aviso, ni responsabilidad alguna, para lo que bastará únicamente la publicación de un aviso al respecto, a través de la Plataforma o por el medio seleccionado por la Compañía. (OMNi, 2020)

De acuerdo con el texto anterior, el cliente deberá pagar la suma indicada en la plataforma, ya sea en efectivo o por medio de una tarjeta de débito o crédito o por OMNiMoni. De tal forma, que las personas podrán ver el monto por cancelar y decidir si optarán por el servicio e incluso, antes del viaje preestablecer una cantidad determinada de propina que será exclusiva para el proveedor, es decir, el chofer de la unidad de taxi. Dicha aplicación entró en rigor a finales de setiembre de 2020.

OMNi Conductor.

Esta es la aplicación que requieren los conductores cuando un socio solicite un servicio de OMNiTaxi, la cual no tiene costo de mensualidad y se descarga gratuitamente. La comisión para la empresa es de un 20% por carrera, ofrece tecnología y atención 24/7, facilidad con el tema de seguros y paquetes de telefonía. Esta plataforma es exclusiva para taxis 100% oficiales, es decir, los regulados por el Estado. Según la página web de OMNi, se indica lo siguiente:

El Cliente podrá calificar al Proveedor del Servicio, la cual se basará, pero no se limitará, a la conducta o comportamiento del Proveedor antes, durante o después de que se haya completado el viaje, así como al respeto a la tarifa, conducción estado del vehículo, limpieza del vehículo, presentación personal, entre otros. Cada calificación se registrará automáticamente en el sistema de la Compañía y el Cliente acepta que la Compañía puede analizar todas las calificaciones recibidas. (OMNi, 2020)

Boon.

La plataforma Boon da sus inicios en el año 2018 y es fundada por costarricenses, con el fin de brindar un mejor servicio de movilidad en el país, con mejores tarifas para los clientes y sin cobro de comisiones para los socios conductores. La aplicación destaca como ventaja competitiva frente a las demás herramientas tecnológicas y el hecho de no cobrar más durante las horas pico, como lo realizan las otras. Según la página oficial, se comenta lo siguiente en su blog:

Boon es una empresa con sede en los Estados Unidos pero cuenta con talento costarricense. Vemos Boon como la evolución 3.0 en transporte porque nuestras reglas de juego se crearon para que los usuarios y los conductores sean los que salen ganando. Eso lo demostramos desde nuestro nombre, Boon, que se traduce como favor, confort, buenos actos; porque más que un negocio creamos una experiencia diferenciada, uniendo lo humano y lo tecnológico. (Boon, 2019)

De acuerdo con el texto anterior, se puede destacar que esta aplicación busca diferenciarse de las demás, dando beneficios no solo a los usuarios, sino también a sus socios conductores, por lo tanto, dicha plataforma es la primera que cobra 0% de comisión, otorgando el 100% de ganancias, tarifa base, propinas y cobros por cancelación, únicamente para los choferes. A su vez, debe pagar mensualmente quince mil colones para poder ofrecer el servicio, lo cual comparado con otras que cobran entre 15, 18, 25% o más por cada viaje realizado.

Además, la aplicación tiene como fin el bien social, en el que por cada viaje realizado otorgan un porcentaje para invertirlo en distintos proyectos. De acuerdo con la página oficial web de Boon Costa Rica, se destaca lo siguiente:

Para nosotros la responsabilidad social nunca descansa, por eso cada viaje, los 365 días del año destinamos un 1% general para reinvertirlo en proyectos como educación, reforestación, salud, emprendedores y apoyo financiero a nuestros socios conductores. Además seleccionamos proyectos comunitarios que financiamos

trimestralmente en distintas áreas del país, para retribuir equitativamente, a quien merece ser apoyado. (Boon, 2019)

Boon driver.

Las personas deben, como primer paso para formar parte de los socios conductores de Boon, descargar la aplicación llamada Boon conductor o *driver* y cumplir con una serie de requisitos como la licencia de conducir, ser mayor de edad, hoja de delincuencia, RTV y marchamo al día, así como brindar una cuenta bancaria a nombre del chofer para el pago de los viajes realizados. También es necesario una foto y un vehículo del año 2000 en adelante en excelentes condiciones y como prioridad, el aire acondicionado.

El conductor debe de tener activa la membresía para poder recibir los viajes, la cual consta de 12 dólares cada mes, si la compañía decide modificar el costo, le notifica al chofer. Por otra parte, la persona que brinda el servicio obtiene el 100% de ganancias, soporte técnico y la plataforma tiene la facilidad de mostrar el lugar de destino antes de iniciar, dando mayor seguridad.

Los conductores pueden suscribirse a cualquier tipo de vehículo para conducir con Boon. Si un conductor tiene uno (1) o más vehículos, debe registrarlos con un sólo número de teléfono, y sólo pagará por una suscripción sin embargo, sólo podrá utilizar un vehículo a la vez para recibir viajes. (Boon, 2020)

Boon rider.

Se debe de descargar la aplicación Boon rider, exclusiva para los pasajeros, para solicitar el servicio de movilidad en la Gran Área Metropolitana en el país, por medio de Boon. La compañía ofrece los mejores precios y sin utilizar la tarifa dinámica, facilidad en pagos en efectivo o tarjeta de crédito o débito, información detallada sobre el conductor y el vehículo. Además, al igual que en otras, el cliente puede calificar al chofer y solicitar un viaje en cualquier momento.

Boon ofrece una variedad de vehículos para satisfacer tus necesidades diarias de viaje. Recibí un estimado de la tarifa antes de iniciar. Cualquier tipo de vehículo está disponible los 7 días de la semana, y podés reservar para después y/o viajar o enviar en un instante. (Boon, 2020)

Plataformas digitales de reparto

Debido a la alta demanda de aplicaciones de transporte de personas, se da el surgimiento de una nueva modalidad enfocada en el reparto, llegando a Costa Rica una variedad de aplicaciones en la que el propósito es facilitar las necesidades de las personas. La tecnología ha hecho que los seres humanos se desentiendan o utilicen el tiempo que ocupan en ciertas actividades como comprar alimentos perecederos, hacer mandados, envíos e incluso cocinar entre otras tareas, dejando esto a las plataformas, a la mano de un clic en su teléfono móvil, esperando recibir el producto.

Por lo tanto, se ha dado el incremento de igual forma en el empleo, porque estas herramientas tecnológicas son de la creencia en que puede ser su propio jefe y sin horarios. Para las aplicaciones de reparto se pueden utilizar varios medios de transporte, lo cual facilita la demanda en los socios repartidores, como las bicicletas, bicimotos, motocicletas y automóviles. Además, los comercios afiliados se ven sumamente beneficiados al darse a conocer a un público más extenso y por ende, incrementan sus ventas.

Glovo.

La aplicación Glovo es creada por Oscar Pierre y Sasha Michaud en el año 2015 en España, la finalidad de esta plataforma es simplificar la forma en que las personas adquieren lo que necesitan. Actualmente se encuentra activa en 22 países y más de 660 ciudades, con 52 mil repartidores, 7.3 millones de consumidores y 55 mil tiendas y restaurantes afiliados. Entre sus entregas más importantes destaca los alimentos y regalos. Hoy es la herramienta tecnológica con mayor demanda fundada en Europa continental.

Glovo no es solo una aplicación de reparto de alimentos, también tiene la opción de realizar envíos, mandados por medio de un mensajero conocido como *glover*, con el fin de que más establecimientos se asocien a la aplicación y haya mayor demanda. También existe la posibilidad de adquirir productos de farmacias, supermercados, floristerías o bien, en el lugar donde el usuario le indique al socio repartidor lo que requiere comprar y dónde debe ser retirado y entregado.

Glovo - pide lo que quieras.

Las personas que quieran solicitar comida a domicilio, alimentos de supermercados, productos de farmacia o realizar envíos, deben descargar la aplicación llamada Glovo-pide lo que quieras, la plataforma tiene la opción llamada “lo que sea” que básicamente es indicarle al *glover* lo que requiere, ya sea comprar algún producto de alguna tienda y llevarlo a algún lugar específico.

El usuario en la aplicación podrá observar los negocios que se encuentran cerca de su zona y si hay repartidores, se pondrán activos y así solicitarán el servicio, de lo contrario no se puede. Es importante que cada usuario al igual que el repartidor, posean teléfonos inteligentes con acceso a Internet, para poder descargar la plataforma digital. Para que el cliente pueda realizar un pedido, debe de agregar una tarjeta de crédito o débito y configurar la dirección de entrega (Glovo, 2020).

La página web de Glovo también destaca la importancia de introducir algún código promocional que se posea, estos son descuentos en flete o promociones en algunos restaurantes, por alguna fecha en especial, con el fin de generar mayor demanda. Ahora bien, el cliente tiene tres opciones a elegir en los servicios como las siguientes:

- Comprar algo de un restaurante o un establecimiento. Puedes elegir uno de nuestros *partners* de cualquiera de las categorías disponibles.
- Enviar algo (cualquier cosa). Al configurar un punto de recogida y un destino, puedes usar un repartidor para enviar cualquier cosa.

- Pedir algo (lo que sea). Describe cualquier cosa que necesites y Glovo intentará llevarla a la realidad. (Glovo, 2020)

Una vez realizados los pasos, un mensajero aceptará el pedido, al usuario se le muestra un mapeo sobre en qué estado se encuentra el pedido, cuando el repartidor recoge el pedido, la aplicación muestra el nombre de persona, el tiempo estimado de entrega y el medio de transporte en el que se hará el servicio. Se puede comunicar con el encargado del servicio por medio de mensajes y la seguridad que existe es que el número de teléfono no queda registrado. Además, el cliente tiene la opción de programar pedidos, indicando el lugar y la hora de entrega, puede cambiar detalles e incluso cancelarlo, en el entendido de que puede incurrir en cargos.

El precio de nuestro servicio se optimiza en función de la distancia, por lo tanto, cuanto menor es la distancia, menor es el precio. Si usas las categorías "Reparto" y "Lo que sea", la aplicación calcula la distancia entre el punto de recogida y la dirección de entrega, y te muestra únicamente el costo total de la entrega.

Para pedidos de la categoría "Lo que sea", sabrás el costo total del servicio una vez que el repartidor adquiere el producto.

Si haces un pedido de una de las tiendas disponibles en la aplicación, podrás ver el precio del producto con anticipación. Habrá un costo de entrega preestablecido según nuestro acuerdo con la tienda en cuestión, el cual puedes consultar al hacer clic en la tienda. Por lo tanto, antes de confirmar el pedido, sabrás el costo total del servicio. (Glovo, 2020)

Glover.

Los repartidores de Glovo deben de utilizar la plataforma Glover la cual es descargada mediante un *link* que se encuentra habilitado en la página oficial de Glovo o desde Google Play y App Store. En esta herramienta puede ver y aceptar pedidos, nombre del cliente y dirección, así como las indicaciones realizadas por el cliente, en caso de que sea recoger, enviar o comprar algún producto. Según la página oficial de Glovo, se indica lo siguiente:

Para usar la plataforma de Glovo, tienes que cumplir con las regulaciones del gobierno local sobre trabajadores autónomos que, por lo general, te exigen registrarte en organismos de la administración pública y declarar tus ingresos al final del año fiscal en tu declaración de impuestos. La flexibilidad de nuestro servicio te permite tener más libertad para generar ingresos durante tu tiempo libre. (Glovo, 2020)

De acuerdo con el párrafo anterior, Glovo solicita que cada mensajero sea responsable de tributar de acuerdo con la legislación de cada ciudad u país, no se genera ningún tipo de contrato laboral entre la compañía y el repartidor, solo hay una autorización de términos y condiciones, y política de privacidad. El repartidor tiene la opción de ingresar y ofrecer el servicio con bicicleta, motocicleta o automóvil, la aplicación reconocerá el medio de transporte por utilizar para facilitarle de esa manera los viajes de acuerdo con la accesibilidad de cada modo.

En Glovo, el socio repartidor debe de elegir un horario en el cual desea laborar y estar activo, es decir, escogerlo en la aplicación, de esta forma, 15 minutos antes de la hora por iniciar es notificado para que se conecte. Para recibir un pedido, se tienen dos opciones: aceptar manualmente o la autoaceptación, en las que se muestra el resumen del pedido, el punto de recogida y el de entrega, y el pago para el mensajero dependerá de los kilómetros recorridos, el tiempo de espera o bien, si se agrega una dirección adicional.

Glovo business.

La aplicación tiene grandes socios comerciales como Mac Donald's, KFC, cadenas de supermercados como AMPM, Más x Menos, entre muchos más, pero también ofrece la oportunidad a diferentes restaurantes, tiendas y farmacias para que puedan, bien ofrecer su producto a través de la plataforma o programar envíos del negocio, otorgándoles una solución logística, eficiente y económica. La idea principal de Glovo Business son los envíos a la brevedad posible, ofreciendo de esta forma, mayor cantidad de viajes para los repartidores y por ende, más ganancias.

Bajo esta plataforma, la empresa tiene la posibilidad de programar sus envíos por adelantado, además, todos los artículos viajan asegurados para dar mayor seguridad y confiabilidad y lo que más destaca es que los pedidos serán entregados en menos de una hora y se puede configurar múltiples puntos de entrega o de recogida en un mismo pedido, con el fin de mejorar la logística del comercio.

Según la página oficial de Glovo, se indica lo siguiente: “Precios basados en la distancia. Sin letra pequeña ni cargos ocultos. ¡Te ofrecemos transparencia total! Solo pagarás en función de la distancia de tu pedido” (Glovo, 2020), de esta forma, los establecimientos afiliados pagan conforme a la distancia y no en una tarifa fija ni por la cantidad de paquetes o el volumen, también, el tamaño establecido por la aplicación no puede superar las medidas de 40 cm x 40 cm x 30cm y el peso máximo a cargar es de aproximadamente 9 kg, con la excepción de los socios repartidores que utilizan automóviles.

Rappi.

Su página oficial indica que:

Con una rutina cada vez más ocupada, a veces hay poco tiempo para pensar en el menú de la semana o el plato del día. ¡Rappi reúne los mejores restaurantes de tu ciudad! Encuentra desde platos rápidos hasta alternativas saludables. Recibe tu pedido rápidamente y ten la seguridad de nuestra garantía de calidad en la entrega. (Rappi, 2020)

Según el texto anterior, Rappi es una aplicación más que tiene como fin el satisfacer y simplificar las necesidades básicas de las personas. Llegó a Costa Rica en el año 2019, la misma es fundada en Colombia en 2016 y empezó sus actividades en Argentina, Brasil, Chile, México, Perú y Uruguay, siendo esta la competencia clara de aplicaciones como Glovo y Uber Eats. La plataforma, si bien su fuerte es el reparto de alimentos, también tiene disponible otro tipo de productos como farmacias, licores, tiendas por conveniencia y hasta artículos para mascotas.

Rappi: delivery de comida, mercado y farmacia.

Esta es la aplicación que las personas necesitan descargar en los teléfonos celulares en caso de requerir el servicio a domicilio (*delivery*) de alimentos, productos de mercado o tiendas y de farmacia. De igual forma, hacer una compra en línea se puede por medio de esta plataforma o en la página web, el pedido puede ser programado, elegir el horario de envío que quede más accesible. La plataforma mostrará los restaurantes y negocios que se encuentren cerca del lugar de ubicación del usuario, así como el precio del artículo y del flete. En algunas ocasiones, el cliente puede optar por promociones, de acuerdo con los establecimientos.

El usuario puede acceder a la aplicación con el registro por medio de Facebook o con el número de celular y para activar la cuenta, la plataforma enviará un código al teléfono y posterior a esto se ingresa el correo electrónico. Los clientes cuentan con un programa llamado *rappirewards*, el cual permite subir de nivel entre bronce, plata, oro o diamante, acumulando puntos por cada compra que se realiza y otorga beneficios exclusivos de acuerdo al nivel y por cada misión que se complete, todo con el fin de crear mayor demanda y satisfacción (Rappi, 2020).

Soy Rappi.

Esta es la aplicación para los repartidores, conocidos también como *rappitenderos*, por medio de esta plataforma y con el uso de un teléfono inteligente, la persona recibe pedidos de clientes, en el cual de acuerdo a la distancia que deba recorrer, así será el pago del servicio, el cual será cancelado por el consumidor. Por otra parte, según la página oficial de Rappi, se indica lo siguiente:

El Rappitendero dispone de libertad total y absoluta para determinar el día, hora y lugar en el que está dispuesto a prestar el Servicio. De este modo, el Rappitendero determinará en forma personal e inconsulta con RAPPI en qué momento decide conectarse a la Plataforma para prestar el Servicio así como las zonas u horarios. Ello implica que el Rappitendero no está sujeto a ingresar a la Plataforma y/o a

aceptar Servicios dentro de plazo alguno, pudiendo hacerlo o no con la periodicidad que desee, sin que ello implique la baja de su Cuenta. (Rappi, 2020)

Por lo tanto y de acuerdo con el párrafo anterior, el repartidor tiene la libertad de laborar en el horario que mejor le convenga, describiéndolo así como su propio jefe, utilizando el tiempo para distintas actividades, por consiguiente, no existe una relación laboral entre Rappi y el mensajero. La aplicación es clara en que el servicio funciona como intermediario entre el cliente, la persona que hace el servicio de entrega y el comercio, buscando que las tres aristas obtengan beneficios económicos y logren cubrir las necesidades de cada sector.

El *rappitendero* puede brindar el servicio de reparto con cualquier medio de transporte que posea, incluso a pie. De ser una motocicleta o automóvil, deben presentar los documentos necesarios y esperar su verificación por parte de la aplicación y el mantenimiento periódico corre por cuenta del mensajero. Además, la plataforma está en todo el derecho de denegar una solicitud de alguna persona que quiera ser repartidora y algún repartidor puede cancelar la cuenta si así lo requiere.

Rappi aliado.

Esta es la aplicación para los restaurantes aliados a Rappi, por medio de esta, el comercio recibe las órdenes de los clientes, puede gestionar los pedidos, verificar la información del *rappitendero* que será el encargado del servicio de entrega, ver el historial del día, administrar los productos y desactivar a aquellos que no estén disponibles. Es una forma en la que por medio de la plataforma, el restaurante o negocio aumenta sus ventas y da a conocer su marca con mayor proporción.

Para formar parte de Rappi como un restaurante o tienda aliado, primero se debe llenar un formulario cuando la aplicación pide información referente a este, el producto que vende, las sucursales con las que cuenta, el horario de apertura y cierre, entre otros aspectos. Una vez finalizado el registro, el comercio debe de configurar el menú y activar la aplicación para empezar

a recibir las órdenes. El proceso de registro tarda en un rango de cinco días, si la información está bien proporcionada y no se requiere nada adicional.

Referente a los precios, la comisión Rappi es un porcentaje más IVA por cada venta realizada a través de la plataforma, el costo del envío depende de la distancia recorrida en kilómetros por parte del repartidor y los montos se visualizan previamente al cliente y este es quien cubre el costo por cada entrega. Formar parte de los aliados de Rappi no requiere el pago de una mensualidad y las ganancias se reflejarán en la cuenta bancaria ligada al comercio cada semana (Rappi, 2020).

Uber Eats.

La aplicación Uber Eats fue una de las primeras en ingresar al país, como una plataforma de reparto de alimentos y que hasta la fecha es una de las más utilizadas por los consumidores, la plataforma ofrece los restaurantes que se encuentren afiliados, así como otros negocios como farmacias, floristerías y tiendas por conveniencia. Pertenecer a la compañía Uber que inicialmente solo se enfocaba en el servicio de transporte de personas; sin embargo, los fundadores encontraron una forma de facilitar las necesidades de los ciudadanos con Uber Eats.

Las personas que requieran el servicio de entrega de alimentos deben de descargar dicha aplicación en el teléfono celular, desde el lugar donde se encuentre, de acuerdo con la ubicación, la plataforma le muestra los restaurantes y negocios más cerca y disponibles, existe la opción de cancelar en efectivo o bien, por medio de una tarjeta de crédito o débito. Los precios que se muestran están de acuerdo con lo establecido por cada comercio y el costo por el envío varía según la distancia en kilómetros y la demanda.

Haz el seguimiento del pedido en la app. Primero verás que el restaurante acepta tu pedido y comienza a prepararlo. Luego, cuando el pedido esté casi listo, un repartidor cercano irá al restaurante a recolectarlo, ya sea en auto, bicicleta o scooter, y lo entregará en tu ubicación. Podrás ver su nombre y foto, así como también seguir su recorrido en el mapa. (Uber Eats, 2020)

De acuerdo con el texto anterior tomado de la página oficial de Uber Eats, la facilidad de pedir es lo que hace de la aplicación tenga cada vez crecimiento, el usuario tiene la posibilidad de monitorear el pedido y estar pendiente de la hora de llegada del repartidor, así como en contacto con él por cualquier inconveniente que se pueda presentar. Además, ofrecen soporte en línea en caso de errores en el pedido o problemas con el mensajero para poder reclamar. El usuario, al recibir lo pedido, califica tanto al restaurante como al socio.

En este caso, la aplicación utilizada por los repartidores es Uber Conductor (Driver) y deben de seguir de igual forma, una serie de requisitos y realizar un proceso de registro para poder trabajar por medio de esta. Según la página oficial de la plataforma, entre los requisitos se tienen los siguientes:

Tabla 1. Requisitos para ser un socio conductor

Carro	Motocicleta	Bicicleta
Ser mayor de 18 años Hoja de delincuencia Licencia de conducir Marchamo Revisión técnica vehicular (Riteve)	Ser mayor de 18 años Hoja de delincuencia Licencia de conducir Marchamo Revisión técnica vehicular (Riteve) Una mochila adecuada para el manejo de la comida	Ser mayor de 18 años Hoja de delincuencia Licencia de conducir Una mochila adecuada para el manejo de la comida.

Nota: Uber, 2020

En referencia a lo anterior, si el individuo ya es parte de la comunidad Uber como socio conductor de transporte de personas, solo debe buscar en la plataforma la opción de vehículo y aceptar los términos y condiciones para poder realizar las entregas de pedidos y activar el servicio. No debe esperar a hacer todo el registro y subir los documentos necesarios. Los repartidores no deben de cancelar ninguna cuota mensual por ser parte de la aplicación, lo único es una comisión por cada viaje realizado.

Uber Eats para restaurantes.

Los restaurantes que deseen afiliarse a Uber Eats, deben descargar la aplicación Uber Eats para restaurantes, la cual permite la administración del lugar de una forma más centralizada y llenar un formulario con su información, la cantidad de pedidos a llevar por semana y si las operaciones del comercio se ajustan a la plataforma, contactan a la persona para llevar a cabo el registro. De acuerdo con la información que proporciona la aplicación en Google Play, menciona lo que ofrece la plataforma:

Flexibilidad en la cantidad de dispositivos. Usa la app en una sola tableta o en varios teléfonos móviles, Uber Eats para restaurantes se adapta a tus necesidades. Sincronización en tiempo real. Si usas la app en varios dispositivos al mismo tiempo, todo el personal podrá ver y administrar los pedidos, sin duplicar ni perder ninguno. Control en la palma de la mano. ¿No puedes estar en el restaurante todo el tiempo? ¡No hay problema! La app te permite cancelar pedidos, marcar artículos agotados, y activar y desactivar la opción de entrega desde cualquier lugar con conexión a internet. Seguimiento de los pedidos. Si usas la app en un teléfono móvil, podrás recibir notificaciones por cada pedido nuevo, en curso, cancelado y entregado. (Google Play, 2020)

Además los restaurantes y negocios tienen la posibilidad de realizar las entregas bajo tres métodos diferentes, lo que hace que la demanda crezca y las ganancias aumenten. Entre las opciones se tiene el uso de la plataforma Uber, la cual conecta a los repartidores que realizan los envíos en un tiempo promedio de 30 minutos. La otra opción es con el propio personal en el que se otorga una tasa de servicio más baja y mayor control y por último, ofreciendo para llevar, lo que hace que se llegue a clientes fuera de la zona de entrega y el costo es menor para quien lo solicita.

Para ser socio, cabe destacar, que los restaurantes deben mantener los precios y por cada entrega, la aplicación cobra un porcentaje de comisión y el pago por cada venta menos la tarifa cobrada por Uber al comercio no es inmediata, sino semanal y mediante esta se puede verificar el historial de pagos o ingresando en la página web oficial. Los comercios pueden hacer cambios en

el menú y en los precios, pero deben de ser solicitados y luego son revisados por un equipo de la plataforma.

Moovin.

Es una aplicación que se descarga de forma gratuita para teléfonos inteligentes y que funciona como medio para solicitar servicios de todo tipo de compras, envíos y mandados. La plataforma trata de brindar una mensajería integral personalizada dentro de la Gran Área Metropolitana. De igual forma que las anteriores, ofrece la oportunidad a personas para laborar por medio de esta como un repartidor; no obstante, destaca que no es una empresa que brinda transporte y no hay ningún vínculo de relación laboral entre el mensajero y Moovin.

La plataforma fue creada en el año 2017 y se encuentra ubicada en Escazú, San José, en el primer año de estar activa tuvo una muy buena aceptación, porque no solo brinda el servicio a particulares, si no que se centra en clientes empresariales, en la logística de última milla, la cual significa al trayecto final del proceso de entrega de mercancías hacia un cliente específico, detalle que impacta a los comercios y a la satisfacción del cliente, centrándose además en reducir los tiempos y ajustar los costos para ambas partes y a su vez, facilitando ingresos a un tercero, en este caso el *moover* (mensajero).

Moovin. Vos vendés, nosotros entregamos.

Esta es la aplicación que va dirigida a los usuarios, la cual se distingue mediante su versión web, la opción de agregar hasta 20 puntos de entrega en un solo servicio y mediante el celular solamente permite agregar tres puntos debido a la pantalla del aparato. El cliente pagará los costos por cada servicio solicitado por medio de una tarjeta de crédito o débito. Según los términos y condiciones de la aplicación Moovin, la tarifa se calcula de acuerdo con el siguiente cuadro:

Imagen 3. Tarifa servicio exprés

Variable a considerar	Comprar		Enviar	
	Motocicleta	Automóvil	Motocicleta	Automóvil
Tarifa básica	₡1,000	₡2,500	₡1,000	₡2,500
Tarifa por acción	₡1,000	₡1,000		
Minutos incluidos en la tarifa básica	15	15		
Kilómetros incluidos en la tarifa básica	1	1	1	1
Tarifa por Kilómetro	₡300	₡500	₡300	₡500
Tarifa por minuto adicional superados los 22 km	₡21	₡30	₡21	₡30
Minutos sin cobro por parada	5	5	5	5
Tarifa del minuto por retraso en paradas	₡50	₡70	₡50	₡70
Tarifa por puntos adicional (En ruta, a partir de 2do punto)	₡500	₡600	₡500	₡600

* IVA no incluido

Nota: Políticas, términos y condiciones del servicio Moovin, 2020

Además, la aplicación Moovin puede incluir cargos por peajes, parqueos, pagos de encomiendas, por demoras o cualquier otro costo necesario para la realización de la entrega. Para los envíos en bicicleta, el peso máximo es de 15 kg y en automóvil de 200 kg por carga, cada paquete no debe superar los 45 kg y no más grande de 1.2 metros. Las tarifas por ruta son por peso y volumen, de acuerdo con la siguiente tabla:

Imagen 4. Tarifa por peso y volumen

Cod.	Medidas			Peso (kg)	Monto (₡)
	A (cm)	A (cm)	L (cm)		
XS	4	15	16	0 a 0.5	1,500₡
S	8	24	24	0.501 a 1	1,700₡
M	10	24	34	1.01 a 2	2,000₡
L	26	34	56	2.01 a 7	2,500₡
XL	26	56	97	7.01 a 10	3,000₡
XXL	27	80	120	10.01 a 15	3,500₡
XXXL	35	100	160	15.01 a 20	5,000 ₡
Kg adicional (hasta un máximo de 45 kg) 500 ₡					

Nota: Políticas, términos y condiciones del servicio Moovin, 2020

De acuerdo con la página oficial de Moovin y como se ha mencionado en los textos anteriores, la aplicación ofrece diferentes servicios, explicados a continuación.

Comprar.

Moovin no se limita simplemente a entregar los productos, se adapta a todas las necesidades logísticas del negocio. Además de los envíos, también realizan las compras que el usuario necesite: material de oficina, supermercados, alimentos y bebidas, utensilios y herramientas para el hogar, artículos de ferretería, productos de farmacia, se puede comprar lo que sea (Moovin, 2020).

Enviar.

Ponen a disposición del cliente dos modalidades de entrega para que elija la que mejor se adapte a sus necesidades en cada momento: servicio exprés en el que se ingresa en Moovin Web o App, se indica qué se debe recoger y entregar, y dónde. En unos minutos se tendrá un *moover* disponible para realizar el servicio de forma inmediata. Servicio en ruta, recolectan la mercadería donde el cliente indique y la entregan en una ruta programada al día siguiente (Moovin, 2020).

Uno de los aspectos importantes a considerar para los usuarios es el momento de cancelar el servicio, puede implicar penalización, la cual pasados los tres minutos, una tarifa de cancelación de 600 colones para el pedido solicitado por medio de motocicleta y en automóvil, un recargo de 800 colones, en caso de que el mensajero no haya llegado al punto de recogida o compra. Si el *moover* llega a comprar y el cliente decide cancelar, deberá pagar el tiempo que el repartidor utilizó para realizar la compra, básicamente 1000 colones por 15 minutos y si pasa más de ese tiempo, la plataforma suma 21 colones por cada minuto transcurrido (Moovin, 2020).

Moover - Conductores de Moovin.

Esta modalidad va enfocada a los socios conductores de la aplicación Moovin. Como requisitos, se solicita tener carro o motocicleta propia y bajo modalidad de servicio exprés. Se

destaca la particularidad de que inicialmente, la aplicación está limitada a personas mayores de 20 años; no obstante, en nuestro país se permite realizar las labores con la mayoría de edad, siendo 18 años. Representa una oportunidad de dinero y ayudando a otras personas con envíos, compras y realizando mandados (Moovin, 2020).

Tabla 2. Requisitos del *moover*

Requisitos	Motocicleta	Automóvil
Edad mínima	21 años	21 años
Licencia de conducir al día	A1	B1
Año mínimo de vehículo	2015	2007
Cilindraje mínimo	125cc	No aplica
Marchamos	Al día	Al día
RTV	Al día	Al día
Tipo de seguros	Seguro responsabilidad civil daños a terceros y seguro de accidentes	Seguro responsabilidad civil daños a terceros y seguro de accidentes
Cédula identidad/ Pasaporte	Al día	Al día
Hoja de delincuencia	Al menos tres meses de antigüedad	Al menos tres meses de antigüedad
Permiso de trabajo	Solamente extranjeros	Solamente extranjeros
Educación media	Noveno grado	Noveno grado
Títulos	Original y copia	Original y copia
<i>Smartphone</i>	Requeridos iOS y Android	Requeridos iOS y Android
Cuenta bancaria	Requerida	Requerida

Nota: Políticas, términos y condiciones del servicio Moovin, 2020

La descarga de la aplicación para ser mensajero de Moovin no tiene costo ni pago de mensualidad. Las ganancias que recibe el socio conductor serán por cada viaje realizado y depositado a una cuenta bancaria del Banco Nacional o Bac San José, a nombre del repartidor y de forma semanal. Además, el *moover* no tiene la posibilidad de cancelar un pedido cuando ya haya llegado al punto de compra o de recogida, lo único que puede realizar es reportar incidencias al *call center*.

Regulación de Plataformas Digitales de Transporte Doméstico de Personas

El sistema de transporte en Costa Rica ha evolucionado con los años, es relevante conocer sus cambios y la incidencia legal que ha surgido en el país. La movilidad de las personas, las

necesidades y la tecnología han hecho que el sistema de servicio público se observe obsoleto y quede rezagado a comparación con el que es brindado mediante plataformas digitales; sin embargo, al estar estas operando sin una regulación por parte del Gobierno, ha provocado descontento y una competencia desleal frente a lo público.

Antes de entrar en detalle con las iniciativas que tiene el Gobierno para regular las plataformas, es importante conocer y entender el sistema que se tiene actualmente para el transporte público remunerado de personas en modalidad taxi, está regulado por el Estado y la operación se da por medio de concesiones administrativas otorgadas por el Consejo de Transporte Público (CTP) del Ministerio de Obras Públicas y Transporte (MOPT).

De acuerdo con el término concesión administrativa mencionada en el párrafo anterior, la Ley Reguladora del Servicio Público de Transporte Remunerado de Personas en Vehículos en la modalidad de Taxi N.º 7969, la define como “Derecho de explotación que se formaliza mediante un contrato por plazo determinado que se otorga a un particular para prestar el servicio de transporte remunerado de personas en la modalidad de taxi” (p.1).

Estas concesiones son brindadas por un periodo de diez años y por base de operación (zona o área geográfica del territorio costarricense donde el Consejo autoriza la operación del servicio de un taxi autorizado). El concesionario debe de contar con licencia C-1, tener un seguro independiente, póliza de seguro a terceros y en relación con el vehículo, debe ser del color que la Comisión determine, tener en ambas puertas delanteras, un triángulo con las siglas y números de placas que le correspondan y el lugar de operación (Ley N.º 7969, 1999).

Entre los puntos relevantes que debe realizar un concesionario de placa de taxi, se encuentra que el automotor debe de ir semestralmente a revisión técnica, tener un taxímetro regulado por la Autoridad Reguladora de los Servicios Públicos (ARESEP) y en caso de que surjan cambios en la tarifa y no actualicen el dispositivo, se enfrentaría a multas sin importar que el precio suba o baje, además, es obligatorio el pago del canon anual, así como el marchamo correspondiente. Trabajan según el lugar de operación y no pueden estacionarse en paradas que no le corresponden.

En el año 2010, se tramita el proyecto de ley expediente legislativo N.º 17874, denominado "Reforma del Código de Comercio, Ley N.º 3284, de 30 de abril de 1964, y de la Ley Reguladora del Servicio Público de Transporte Remunerado de personas en vehículos en la modalidad taxi, N.º 7969, de 22 de diciembre de 1999". Este proyecto representa un punto de inflexión en la historia de la regulación del transporte remunerado de personas en la modalidad taxi, puesto que se proponía ampliar la concepción de servicio público para incorporar al transporte privado de personas (porteo) regulado en el Código de Comercio.

Este proyecto fue presentado a la Secretaría del Directorio de la Asamblea Legislativa, el 30 de septiembre del 2010, y es a partir de este momento, que surgen los principales conflictos entre taxistas formales y los comúnmente denominados “piratas” o porteadores, puesto que el proyecto en cuestión, dispone de forma expresa la titularidad del Estado sobre todo tipo de transporte remunerado de personas en vehículos automotores, no sólo sobre los taxis. (COPROCOM, 2018, p.20)

Referente a los párrafos anteriores es cuando se da la eliminación de la figura del porteo de personas del Código de Comercio, llevándola a la esfera pública bajo la denominación servicio especial estable de personas (See Taxi), el cual va dirigido a un grupo cerrado de usuarios y hacia una demanda limitada. Las unidades por utilizar no pueden tener características propias de los taxis, y quien preste el servicio debe estar inscrito ante la CCSS y como contribuyente ante el Ministerio de Hacienda, contar con póliza de seguro (Ley N.º 7969, 1999).

Por lo tanto, como indica COPROCOM (2018), en el estudio de mercado de taxis y similares expresa que tanto el servicio de transporte remunerado de personas modalidad taxi y como el See Taxi, se configuran como públicos establecidos por ley, que sólo pueden ser prestados previa autorización de la Junta Directiva del Consejo de Transporte Público, mediante concesión administrativa y excepcionalmente, como la figura temporal y propietaria del permiso, por lo tanto, están ampliamente regulados (p.27).

Ahora bien, entendiendo lo anterior, surge en el año 2015, la aparición del servicio de transporte por medio de una plataforma, la cual no está regulada por el Estado y que funciona como un intermediario entre el cliente y el chofer. No tienen obligaciones tributarias ni exigencias como las de un concesionario y es esta la razón del conflicto que se empieza a dar. Dado esto, actualmente se encuentran dos proyectos de ley a la espera de revisión en la Asamblea Legislativa, para regular los servicios de transporte brindado por medio de herramientas tecnológicas.

El primer proyecto presentado es por el actual presidente Carlos Alvarado Quesada, en el año 2019, cuyo nombre es REFORMA Al Sistema de Transporte Remunerado de Personas y Regulación de las Empresas de Plataformas Tecnológicas de Transporte. Su objetivo según el capítulo I artículo 1 es: “La presente ley tiene por objeto crear el marco normativo que regule la operación en el país de las Empresas de Plataformas de Transporte, así como modernizar y fortalecer el sistema de transporte remunerado de personas” (p.9).

Entre los puntos principales del proyecto de Carlos Alvarado está, que el servicio brindado por medio de plataforma sea considerado como público, pero que no estará sujeto a precios fijos, itinerarios, rutas, horarios ni frecuencias, pero sí, fiscalizado por medio del Ministerio de Obras Públicas y Transportes, a través del CTP. Las empresas de plataforma de transporte (EPT) deberán inscribirse en el registro para poder operar legalmente y para dicha inscripción, es obligatorio el pago por una única vez, equivalente a cien salarios base.

Además, una vez que las EPT cumplan con todos los requisitos necesarios, serán revisados por el la Junta Directiva del Consejo de Transporte Público y son quienes aprobarán y otorgarán el permiso por vigencia de cuatro años. La cantidad máxima de vehículos y la distribución para cada plataforma también será definida por el CTP y las empresas de plataformas deberán mensualmente aportar el 3% del precio final cobrado por cada servicio, el cual será destinado al Fondo Nacional de Movilidad, creado bajo la misma ley.

El dinero que se encuentre en el Fondo Nacional de Movilidad será utilizado para renovar la flota de vehículos de los taxistas durante los primeros ocho años según la ley, luego de este periodo, se utilizará para modernizar el transporte público. En cuanto a los requerimientos de los

vehículos, deben contar con póliza de seguro, el modelo del carro no podrá ser mayor a ocho años de fabricación y deberá pagar un canon anual al CTP por doscientos dólares por concepto de administración y fiscalización.

Por otra parte, los conductores deberán contar con licencia de conducir B1 y recibir un curso digital de seguridad vial impartido por la empresa de plataforma de transporte, inscribirse como trabajadores independientes ante la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS) y como contribuyente en el Ministerio de Hacienda. También pagar al CTP un canon anual por 35 dólares por concepto de código de conductor, el cual debe portar en todo momento para poder laborar, dicho pago será para gastos operativos y financieros del Consejo de Transporte Público.

Para terminar, según el proyecto, el servicio que brinden las empresas por medio de plataformas digitales, estará sujeto al impuesto de valor agregado, el cual será del 13% y el impuesto sobre remeses al exterior, la cual tiene como tarifa aplicable a la base imponible de un ocho como cinco por ciento (8,5%). Por lo tanto, las personas físicas o jurídicas u entidades que actúen como proveedores o intermediarios de servicio de transporte por medio de una EPT que se dé en el país, deberá inscribirse como contribuyente.

Ahora bien, el segundo proyecto de ley fue presentando ocho meses después por un grupo de diputados de la Asamblea Legislativa, cuyo nombre es LEY Reguladora de los Servicios de Transporte de Personas por medio de Plataformas Tecnológicas, en el que se menciona que no se darán concesiones, permisos o autorizaciones gubernamentales para una empresa de servicios de transporte de personas por medio de plataformas tecnológicas (ESTP), pero sí deben ser registradas ante el Ministerio de Obras Públicas y Transportes, además, destaca que la actividad será privada, pero con regulación y fiscalización por parte del CTP.

Las empresas deberán registrarse e inscribirse, cancelando un monto equivalente a 20 salarios base, ser contribuyentes en la Dirección General de Tributación, ya que el servicio estará sujeto al pago del impuesto de valor agregado e inscritas también en la CCSS. Además, el MOPT será el encargado de aprobar y otorgar el permiso, el cual será renovable cada cuatro años y los vehículos a usar por los conductores acreditados en una ESTP, no deben de ser mayor a ocho años

de fabricación y contar con una póliza de seguro. Detalla que las motocicletas, triciclos o cuadriciclos quedan imposibilitados para brindar estos servicios.

Los conductores deben tener licencia B-1, con al menos tres años de emitida, estar inscritos en la CCSS como trabajadores independientes y ser contribuyentes ante el Ministerio de Hacienda. La ley propone la creación del derecho de operación, el cual según el artículo 27, lo define como: “una contribución anual del conductor, correspondiente a un veinte por ciento del salario base” (p.17). El dinero recaudado será un 75% para los gastos de capital del Instituto Nacional de Ferrocarriles, 20% al Sistema Nacional de Áreas Conservación y un 5% para el MOPT para gastos operativos, producto del manejo de registros y fiscalización de la ley.

En resumen, las propuestas de ley y sus reformas en cuanto a este sistema de servicio brindado por medio de plataformas digitales, buscan regularlo sin dejar de lado a la normativa actual de los taxis, en la cual todos los sectores sean beneficiados y estén en sana competencia. El Estado juega un papel importante, ya que el transporte público se ha desempeñado bajo modelos rígidos por mucho tiempo y la tecnología lo ha venido a revolucionar.

Regulación de Plataformas Digitales de Reparto

Las necesidades constantes de las personas por obtener diferentes servicios, llámese compras, alimentos, medicinas, mandados y muchos más, han sido solventados con la ayuda de plataformas digitales de reparto, mediante socios conductores, repartidores o mensajeros. Como bien se ha detallado a lo largo de este proyecto, las herramientas tecnológicas destacan que no existe ninguna relación laboral entre conductores y esta, así como tampoco con tiendas y restaurantes. Es por esta razón y por incontables quejas de los choferes y comercios que actualmente en la Asamblea Legislativa se encuentran en revisión dos proyectos que buscan la regulación de las aplicaciones.

El proyecto presentado por la diputada Paola Vega en agosto del presente año, lleva como nombre Ley para la Regulación de las Comisiones Cobradas por las Plataformas Digitales de Servicio de Reparto, el cual busca que los comercios mejoren los flujos de caja y las condiciones

laborales de las personas que se dedican a entregar. Por esta razón, entre los objetivos principales es que las plataformas no podrán cobrar a sus comercios afiliados más de un 15% sobre la venta y el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) será el responsable de la regulación y cumplimiento de dicha Ley, en la que se garantice el equilibrio financiero de las empresas.

El otro proyecto fue presentado en el año 2019, igualmente por la diputada Paola Vega y con el nombre de Ley de Protección de la Persona Trabajadora de Plataformas Digitales de Servicios, mediante adición de un nuevo capítulo XXI al título II del Código de Trabajo, Ley N.º 2 del 27 de agosto de 1943 y sus reformas, con el fin de proteger los derechos de las personas que laboran bajo aplicaciones, principalmente los del sector de reparto.

Por ende, la razón principal es la precarización laboral en la que se encuentran los repartidores, ya que no cuentan con seguro de riesgo al trabajo y seguridad social, adicionando que las empresas omiten toda responsabilidad con ellos. Por lo tanto, lo presentado por la diputada es una adición al Código de Trabajo en la que si la persona no está inscrita como trabajador independiente, se presume la existencia laboral con la empresa que administra la plataforma.

Economía Colaborativa

Rapp (2019) al citar a Ocaña (2018) define economía colaborativa como “la prestación, compartición, donación o intercambio de bienes o servicios mediatizado por aplicaciones tecnológicas que permiten poner en contacto a personas que los necesitan con otras que los ofrecen” (p.8), este tipo de economía otorga compensaciones entre las partes, pero sin la existencia de un modelo de contrato laboral.

En referencia al texto anterior, un ejemplo de este tipo es la aplicación Uber, de la cual se ha hablado a lo largo de esta tesina y dicho enfoque bajo la economía colaborativa bajo demanda en la que dan la prestación de servicios por parte de algún profesional o particular a un grupo de personas que requiera cubrir sus necesidades en algún momento preciso y utilizando la plataforma como un intermediario entre la empresa, usuario y mensajero.

En esta economía colaborativa intervienen tres sujetos, siendo los proveedores de servicios, los usuarios, y una postura intermedia entre ambos que son los intermediarios, siendo considerados aquellos que conectan a los proveedores con los usuarios para facilitar las transacciones entre ambos. Sin embargo, no todos los modelos de negocio van a ajustarse a este concepto de economía, como ha sido el caso de Uber. (Rapp, 2019, p.10)

Por lo tanto, la economía colaborativa ha tenido mucho crecimiento porque busca la facilidad entre personas, en la que lo principal es adquirir o disponer de algo en el momento que se precise o necesite, buscando el ahorro en dinero y tiempo, dando a su vez, la oportunidad a una parte de la población, ejercer un oficio que genere ingresos y a los comercios, a incrementar sus ventas. Con todo el auge de la tecnología, el mundo y Costa Rica han pasado de una economía de producción y consumo, a una que busca la eficiencia y la calidad. De acuerdo con Rapp (2019) al citar a Torralba y Fernández (2017), hay tres factores clave para que pueden explicar el surgimiento de la economía colaborativa:

En primer lugar, la combinación de cultura digital. Internet ha sido el punto clave en la creación de la economía colaborativa, pues se encarga de interconectar y comunicar a los ciudadanos alejados temporal y físicamente. Ha posibilitado una sociedad de información, pues internet sedimenta la base para que esta economía se extienda fuera del entorno web en el espacio físico. Consigo han aparecido las plataformas virtuales que enlazan y generan confianza entre los ciudadanos. Por ello, todos permanecen conectados a través del uso de estos teléfonos y las redes sociales. (p.10)

En segundo lugar, la tecnología omnipresente. Los teléfonos inteligentes ya forman parte del día a día, llevando consigo una gran movilidad, pues este dispositivo permite abrir y utilizar aplicaciones en cualquier lugar a través de la tecnología GPS. Además, los usuarios interactúan y colaboran más entre ellos desde la aparición de las redes sociales. Si a todo esto añadimos que el entorno digital facilita el almacenamiento y la distribución a los usuarios, encontramos que la

tecnología permite llevar a cabo una gran variedad de funciones, incluso facilitando todo tipo de tareas.

En tercer lugar, la crisis económica. Ha estimulado el consumo colaborativo, pues las plataformas han permitido a los usuarios ganar unos ingresos extra o minimizar los gastos. Han ayudado a que muchas personas se replantearan sus comportamientos y pensarán en otra manera de hacer las cosas. (p.11)

Además, los autores Torralba y Fernandez (2017) citados por Rapp (2019) destacan cuatro categorías en un modelo de economía colaborativa, siendo:

El consumo colaborativo, que es el más utilizado. Utiliza internet y las redes entre pares para reinventar la manera en la que se imparte e intercambia, comercia y alquilan productos o servicios. En él encontramos tres subgrupos:

- Mercados de redistribución. Las redes sociales permiten redistribuir artículos usados conectando a individuos sin relación. Los intercambios pueden ser gratuitos, como también sistemas mixtos, trueques de bienes de valor equivalente, etc.
 - Estilos de vida colaborativos. Intercambio de activos intangibles como espacio, habilidades o tiempo. Pueden hacerse de múltiples formas. Ejemplo de ésta sería Airbnb.
 - Sistema producto servicio. Compartir un producto entre varias frente a ser todos propietarios unidad del mismo. Encontraríamos como ejemplo Uber y Blablacar.
- (p.11)

El Movimiento Maker y Producción Par. Se trata de individuos que utilizan Internet con el fin de crear, diseñar, compartir e inventar. Desde las plataformas se pueden coordinar y juntar acciones individuales de múltiples individuos en grandes proyectos a través de espacios creativos. (pp.11-12)

P2P. Son actividades financieras que ofrecen servicios entre pares y donde no sólo existen beneficios económicos, sino también ecológicos y sociales. En este grupo encontramos todas las tipologías de crowdfunding y monedas alternativas. (p.12)

Conforme avanzan los años, la tecnología también lo hace y los modelos económicos enfocados a ser colaborativos mencionados en los párrafos anteriores, demuestran que el mundo enfrenta un fenómeno que está muy arraigado a permanecer y ampliarse aún más hacia otras actividades, ya que ha dado resultados económicos y ha quedado demostrado que la calidad y la eficiencia son puntos clave para el crecimiento de las empresas, el individuo y los países como tal, otorgando más el sentido del compartir que el de propiedad.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Enfoque de la Investigación

Este estudio pretende identificar las características relevantes, así como los efectos de las plataformas digitales en el transporte doméstico en la Gran Área Metropolitana en Costa Rica. Por lo que se va a elaborar la investigación bajo un enfoque cualitativo, ya que para la recolección de datos se va realizar con base en la información brindada por expertos, revistas, sitios web, noticias, periódicos, libros, artículos, tesis e instituciones públicas. Esto por medio de interrogantes abiertas para posteriormente hacer la interpretación correspondiente a las personas que forman parte de este fenómeno de las aplicaciones tecnológicas para su comercialización en el país.

De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014) “la investigación cualitativa proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas. También aporta un punto de vista “fresco, natural y holístico” de los fenómenos, así como flexibilidad” (p.16).

Por lo tanto, el presente proyecto se basará en la obtención profunda de elementos importantes y que tenga relación con el fenómeno que envuelve la tecnología y el uso de las plataformas digitales en el transporte doméstico. Se pretende tener a detalle la opinión y criterio de los individuos que están en constante manejo de estas herramientas tecnológicas de una forma abierta en las que puedan expresarse de una manera adecuada.

Diseño de la Investigación

Hernández et al. (2014) indican que “el diseño se refiere al abordaje general que habremos de utilizar en el proceso de investigación. Miller y Crabtree (1992) lo denominan aproximación, Álvarez-Gayou (2003) marco interpretativo y Denzin y Lincoln (2005) estrategia de indagación” (p.470). Existen diversos diseños cualitativos, pero el método que más se adapta al tema en estudio es el fenomenológico, porque se basa en hechos y experiencias de los usuarios, colaboradores y empresas que hacen uso de las plataformas digitales en el transporte doméstico.

Además, Hernández et al. (2014) mencionan que el diseño fenomenológico tiene como propósito principal explorar, describir y comprender las experiencias de las personas con respecto a un fenómeno y descubrir los elementos en común de tales vivencias (p.493). Por lo tanto, el tema que acota busca conocer e identificar características relevantes y efectos que se han originado a partir de la llegada de las plataformas digitales en el transporte doméstico, a través de experiencias, para así lograr una recolección de datos y posteriormente realizar un análisis de los mismos.

Fuentes de Información de la Investigación

Las fuentes de información corresponden a todos aquellos documentos que se utilizan para desarrollar la investigación y se dividen en fuentes primarias y secundarias.

Fuentes primarias

Maranto y González (2015) expresan que las fuentes primarias contienen “información original es decir son de primera mano, son el resultado de ideas, conceptos, teorías y resultados de investigaciones. Contienen información directa antes de ser interpretada, o evaluado por otra persona” (p.3). Para esta investigación, las fuentes a utilizar serán las entrevistas por realizar en los diferentes ámbitos en los que se desenvuelve el desarrollo de las plataformas digitales, usuarios, colaboradores, empresas, instituciones involucradas en el fenómeno y competencia, entre otros que posean información necesaria para el desarrollo del estudio.

Fuentes secundarias

Este tipo de fuentes son las que ya han procesado información de una primaria. El proceso de esta información se pudo dar por una interpretación, un análisis, así como la extracción y reorganización de la información de la fuente primaria (Maranto y González, 2015 p.3). En los que se utilizará para este documento: libros, periódicos, documentos oficiales de instituciones públicas e informes.

Muestra

Hernández et al. (2014) al citar a Lepkowski (2008) mencionan que el término población es “el conjunto de todos casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p.174). Para esta investigación, la población está relacionada con aquellas empresas que crearon una plataforma digital para un servicio doméstico específico, así como los individuos que hacen uso de las herramientas tecnológicas como un medio para laborar o hacer uso de estas para adquirir algo.

Además, se requiere de la recolección de datos de aquellos que brindan servicios similares, pero que no es a través de una plataforma como los taxistas, con el fin de determinar los efectos que han provocado la llegada de estas herramientas tecnológicas a la Gran Área Metropolitana. También es relevante la información que puedan brindar instituciones como el Consejo de Transporte Público, Ministerio de Obras Públicas y Transporte, Cámara Nacional de Conductores Tecnológicos y la Asociación de Conductores de Plataformas Tecnológicas.

Ahora bien, el término muestra de acuerdo con Hernández et al. (2014) se define como “subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos” (p.173). Para el desarrollo del presente proyecto, se optó por elegir una muestra no probabilística, la cual está basada en los intereses del investigador para el análisis de datos.

Según Hernández et al (2014), la muestra no probabilística o dirigida se define como “Subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación (p.176). Por lo tanto, el investigador tiene la posibilidad de elegir para las entrevistas y análisis de datos, a aquellas personas que sean sencillas de contactar y que estén dispuestas a colaborar con el estudio. A continuación, se presenta la tabla correspondiente a la población del tema en desarrollo, los entrevistados y por qué son relevantes en este estudio.

Tabla 3. Población

Entrevista	¿Dónde?	¿Por qué?
Entrevistado 1	Uber- Uber Eats	Empresa dedicada a ofrecer servicio por plataforma digital
Entrevistado 2	OMNi	Empresa dedicada a ofrecer servicio por plataforma digital
Entrevistado 3	Boon	Empresa dedicada a ofrecer servicio por plataforma digital
Entrevistado 4	Rappi	Empresa dedicada a ofrecer servicio por plataforma digital
Entrevistado 5	Glovo	Empresa dedicada a ofrecer servicio por plataforma digital
Entrevistado 6	Moovin	Empresa dedicada a ofrecer servicio por plataforma digital
Entrevistado 7	Unión de Taxistas Costarricenses	Comunidad de taxistas, sector de competencia
Entrevistado 8	Consejo de Transporte Público	Órgano especializado en materia de transporte público

Entrevista	¿Dónde?	¿Por qué?
Entrevistado 9	Ministerio de Obras Públicas y Transporte	Ente que regula y controla el transporte terrestre, aéreo y marítimo
Entrevistado 10	Cámara Nacional de Conductores Tecnológicos	Asociación de conductores de plataformas tecnológicas
Entrevistado 11	Asociación de Conductores de Plataformas Tecnológicas	Asociación de conductores de plataformas tecnológicas
Entrevistado 12	Usuario aplicación de transporte de personas	Persona que utiliza una plataforma tecnológica para un fin específico
Entrevistado 13	Usuario aplicación de servicio de reparto	Persona que utiliza una plataforma tecnológica para un fin específico
Entrevistado 14	Usuario aplicación de servicio de reparto	Persona que utiliza una plataforma tecnológica para un fin específico
Entrevistado 15	Socio conductor de una aplicación de transporte de personas	Persona que utiliza una plataforma tecnológica como medio de trabajo
Entrevistado 16	Socio conductor de una aplicación de servicio de reparto	Persona que utiliza una plataforma tecnológica como medio de trabajo

Entrevista	¿Dónde?	¿Por qué?
Entrevistado 17	Socio conductor de una aplicación de servicio de reparto	Persona que utiliza una plataforma tecnológica como medio de trabajo

Nota: elaboración propia 2020

Unidades de Análisis

Hernández et al. (2014) mencionan que “la unidad de análisis indica quiénes van a ser medidos; es decir, los participantes o casos a quienes en última instancia se les aplicará el instrumento de medición”. Por consiguiente, se definen las siguientes variables para el presente estudio.

Características de las plataformas

Las características se pueden determinar como una cualidad o rasgo distintivo que describe a una persona o algo, un objeto, situación y que se destaca sobre un conjunto semejante (Significados.com, 2019). En el caso de esta investigación, es necesario identificar cuáles son aquellas particularidades relevantes que deben tener las plataformas tecnológicas en el transporte doméstico. Con el propósito de reconocer los gustos y preferencias de usuarios y personas colaboradores, ya que parte de ahí, es que una empresa creadora de una plataforma la desee mejorar e innovar, logrando incursionar en el mercado y siendo más consistentes frente a la competencia.

Efectos en la sociedad del GAM

El efecto hace referencia al resultado, el fin, la conclusión o consecuencia de una causa o fenómeno. También se puede describir como una emoción, impacto, producidos en el ánimo o en los sentimientos de un individuo (Significados.com, 2016). Para este estudio es de suma importancia conocer qué ha generado en las personas de la GAM, el uso de las plataformas digitales desde la llegada al país. Desde diferentes perspectivas, como las del usuario, así como los socios

de las aplicaciones y las empresas que las han creado, ya que han venido a dar un giro importante en la economía e industria.

Instrumentos

Entrevista

Se realizará para la recopilación de datos e información, la técnica de entrevista cualitativa, vía correo electrónico, para lograr el propósito del estudio de manera adecuada, además, cada una de ellas será estructurada con base en una guía de preguntas conformada por 14 interrogantes. Hernández et al. (2014) la definen como “una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)” (p.403).

De acuerdo con Hernández et al. (2014), en la entrevista cualitativa “pueden hacerse preguntas sobre experiencias, opiniones, valores y creencias, emociones, sentimientos, hechos, historias de vida, percepciones, atribuciones, etcétera” (p.407). Por lo tanto, en el estudio, el instrumento adecuado es este como tal, porque se podrá obtener criterios propios, hechos, es más flexible y abierto, el cual beneficia al entrevistador y al entrevistado.

En la guía de preguntas se pueden utilizar preguntas abiertas y cerradas, para efectos de esta investigación se recolectarán los datos con el formato de interrogantes abiertas, según Hernández et al (2014) al citar a Phillips, Phillips y Aaron (2013): “Las preguntas abiertas proporcionan una información más amplia y son particularmente útiles cuando no tenemos información sobre las posibles respuestas de las personas o la que tenemos es insuficiente” (p.221). Lo que conlleva que el entrevistado conteste ampliamente, expresando su punto de vista.

Proceso para la recolección y análisis de datos

Hernández et al. (2014) aportan que “La recolección de datos ocurre en los ambientes naturales y cotidianos de los participantes o unidades de análisis. En el caso de seres humanos, en su vida diaria: cómo hablan, en qué creen, qué sienten, cómo piensan, cómo interactúan, etcétera”

(p.397). Por lo tanto, el presente apartado se iniciará con la descripción de las fases en las que se llevará a cabo el proceso de recolección de datos.

Se establece el primer contacto con las fuentes de información, se solicita la colaboración de las personas idóneas para la participación en el estudio. Para efectos de la investigación, se contacta con usuarios y colaboradores de plataformas digitales, así como empresas y organizaciones envueltas en este fenómeno de transporte doméstico mediante aplicaciones tecnológicas.

Se recolecta la información por medio de entrevista, siguiendo la guía de preguntas realizada, la cual está conformada por 14 interrogantes orientadas a responder los objetivos del trabajo. Por lo tanto, para recolectar la información de los participantes, se coordinará vía de correo electrónico, en el que se les especificará a los involucrados, la finalidad de la entrevista y se les enviará la guía de preguntas abiertas para que puedan contestar ampliamente. En el caso de las empresas, se buscará contactar a la persona relacionada más directamente con el tema en desarrollo.

Para finalizar y complementar la información brindada por los entrevistados, es importante recabar elementos relevantes de diferentes tesis, proyectos, sitios web, periódicos físicos y digitales, para lograr una adecuada recolección y así desarrollar un análisis de datos en conjunto para determinar las conclusiones. Según Hernández et al. (2014), explican que los análisis de datos es “la acción esencial consiste en que recibimos datos no estructurados, a los cuales nosotros les proporcionamos una estructura. Los datos son muy variados, pero en esencia consisten en observaciones del investigador y narraciones de los participantes” (p.418).

Consecuentemente, la realización de análisis de datos para la presente investigación requiere inicialmente de una transcripción de las respuestas y observaciones de los participantes, la cual se da por medio de entrevistas estructuradas, utilizando una guía conformada de 14 preguntas. Al ser un estudio con un enfoque cualitativo, se realizará el análisis por medio de las codificaciones de primero y segundo nivel.

De acuerdo con Hernández et al (2014) al citar a Saldaña (2012), Matthew y Price (2009), Wicks (2009), Miles y Huberman (1994): “La codificación tiene dos planos o niveles: en el primero (codificación abierta), se codifican las unidades (datos en bruto) en categorías; en el segundo, se comparan las categorías entre sí para agruparlas en temas y buscar posibles vinculaciones” (p.426).

Posteriormente se realizará una comparación e interpretación de datos con respecto a las respuestas de los entrevistados y la investigación presente con los datos brindados, con el fin de lograr un desarrollo idóneo y lograr determinar las conclusiones, por medio de la triangulación de datos, la cual Hernández et al. (2014) definen como la “Utilización de diferentes fuentes y métodos de recolección” (p.418).

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

Se expone en el presente capítulo, lo recopilado por medio de las entrevistas realizadas en el desarrollo de la investigación, con la finalidad de estudiar y comparar los resultados obtenidos. Primeramente se presentará una tabla gráfica en la que se detallarán las unidades de análisis derivadas de los objetivos de la investigación y las categorías relacionadas con cada una de ellas, obtenidas de las respuestas de los entrevistados. En la segunda parte, se va a desarrollar la descripción y análisis de cada categoría y por último, al finalizar con los análisis, se realizará una interpretación de los datos por medio de una correlación entre categorías que busque la solución al problema de dicho proyecto.

Tabla 4. Unidades y categorías de análisis

Unidad de análisis	Categorías
Características de las plataformas	1. Seguridad 2. Tiempo 3. Precio 4. Calidad 5. Acceso 6. Facilidad 7. Cobertura 8. Promociones
Efectos en la sociedad del GAM	1. Tecnología 2. Servicio 3. Economía 4. Empleo 5. Movilidad 6. Contaminación 7. Regulación 8. Digitalización

Nota: elaboración propia con datos de la presente investigación, 2020.

Unidad de análisis 1: Características de las Plataformas

Esta primera unidad de análisis hace referencia a las características relevantes que las plataformas digitales de transporte doméstico necesitan o requieren de acuerdo con lo indicado por usuarios, colaboradores, empresas y entidades involucradas en este fenómeno tecnológico, para tener mayor crecimiento en el mercado comercial. Reflejan además, los gustos o preferencias que tienen las personas en cuanto a este tipo de servicio brindado por medio de un celular, lo cual ayuda a las compañías creadoras de aplicaciones, a innovarlas día con día.

De esta unidad se derivaron ocho categorías de análisis:

1. Seguridad
2. Tiempo
3. Precio
4. Calidad
5. Acceso
6. Facilidad
7. Cobertura
8. Promociones

Categoría 1. Seguridad

Descripción.

Surge como primera categoría con las respuestas brindadas por los entrevistados, la seguridad, debido a que los beneficios primordiales que buscan los usuarios y colaboradores es sentirse seguro, en torno a la información personal y bancaria, servicio e integridad física. Según las experiencias y opiniones dadas por los interrogados, esta categoría tiene gran relevancia, ya que es la forma en que las aplicaciones pueden tener más auge en la parte comercial. A continuación, se muestran las réplicas otorgadas por los entrevistados, relacionadas con la seguridad.

“La Seguridad en información, el conocimiento en cómo me voy y con quién, además el presupuesto que debo de tener para los viajes, ya que puedo saberlo con anterioridad” (Entrevistado 1).

“La seguridad en la trazabilidad de una denuncia o atención a las personas usuarias” (Entrevistado 2).

“La plataforma le da un valor agregado único comparado a un sistema de taxi o reparto por WhatsApp, igual se puede manejar, pero existe más confiabilidad, confianza y seguridad” (Entrevistado 10).

“Calidad y seguridad de flotilla tanto de carros como motos y el seguimiento de la orden en tiempo real” (Entrevistado 11).

“La seguridad de que el pedido llegue completo hasta el destino” (Entrevistado 12).

“Más seguridad de rastreo sobre con quién y hacia dónde realizo el viaje, tengo los datos de la placa, vehículo y persona con la que viajo” (Entrevistado 13).

“Brindar seguridad a los usuarios y colaboradores, mejorar los ingresos de los colaboradores que brindan el servicio” (Entrevistado 15).

“Cuentas con mayor seguridad sobre quién pones tu vida, puesto que estas cuentan con registros penales de los conductores” (Entrevistado 16).

“Que sea segura a nivel transaccional de los métodos de pago y que uno pueda tener acceso completo a lo que está sucediendo con el servicio solicitado” (Entrevistado 17).

Análisis.

Teniendo en cuenta las respuestas brindadas por las personas participantes en las entrevistas, se percibe la importancia de la seguridad en cuanto a integridad física, tanto de usuarios como de colaboradores de las aplicaciones. En su mayoría concuerdan que es una característica esencial a la hora de elegir una plataforma, ya sea para brindar el servicio o para recibirlo. Es por esto que este sistema de transporte brindado mediante herramientas de tecnología crece día con día, porque brinda la oportunidad de conocer más a fondo con quién se interactúa.

Además, destaca la importancia para los conductores de saber a quién se debe recoger o hacia dónde se deben dirigir, las aplicaciones que están activas al año 2020 en Costa Rica solo muestran el detalle de dirección una vez el usuario aborde el automóvil o bien, el repartidor llegue al restaurante o comercio por el pedido, hasta ese punto pueden visualizar el lugar de destino. Lo que hace ver una posible mejora en dichas plataformas, ya que el tiempo que dedican junto con la distancia que recorren hasta llegar al punto de recogida, no es reconocido monetariamente por la aplicación, en caso de que cancelen el viaje por detectar un recorrido inseguro.

Adicionalmente, el entrevistado número diecisiete hace mención sobre la seguridad a nivel transaccional, ya que las plataformas con anterioridad muestran el costo y los métodos de pago que se pueden utilizar sin que exista ninguna alteración al finalizar el servicio, otorgándoles a los usuarios y choferes, la posibilidad de tener un mayor control en cuanto a sus finanzas; sin embargo, los pagos en efectivo, hacen que los repartidores y conductores se vean en la obligación de tener una caja chica en caso de que deban de dar vueltos a los usuarios y no se vean afectados.

Categoría 2. Tiempo

Descripción.

Los entrevistados mencionan en esta segunda categoría, que es importante el ahorro de tiempo cuando se solicita un servicio por medio de una plataforma digital. Las personas buscan la agilidad en los procesos, consideran esta clase relevante, ya que les permite hacer otras actividades

mientras solo esperan, además, entre mayor sea la espera, menos satisfecho está el cliente, debe existir un beneficio costo-tiempo, por ello, se puede apreciar las siguientes respuestas.

“Ha sido una maravilla, tenemos a la mano plataformas que nos ahorran tiempo y además, nos brindan facilidades en nuestras necesidades básicas” (Entrevistado 1).

“El tiempo y la simplificación de trámites” (Entrevistado 2).

“El cambio ha llegado más por el lado de que la gente lo quiere todo de manera más inmediata, en el ahorro de tiempo que puede ser invertido en el trabajo y/o familia” (Entrevistado 5).

“El tiempo de espera sea corto” (Entrevistado 12).

“Ahorro de tiempo, facilidad de traslado” (Entrevistado 13).

“La llegada de las plataformas tecnológicas ha dado un cambio rotundo al sistema de compras [sic] que realizaban muchas personas, esto por cuanto en tiempo relativamente corto están recibiendo en la puerta de su casa lo solicitado” (Entrevistado 16).

Análisis.

Las plataformas digitales han logrado que las personas dediquen su tiempo en otras actividades, como bien lo menciona el entrevistado número cinco, buscan un servicio o producto de forma inmediata sin necesidad de gastar muchas horas e invirtiendo estas en otros aspectos u familia. Por otra parte, los entrevistados concuerdan en que las aplicaciones deben mejorar en lapsos de respuesta, ya sea en la parte de soporte por algún inconveniente o bien, a la hora de recibir un pedido o esperar una unidad para movilizarse.

Es importante además, reconocer que los servicios de transporte brindado por plataformas, en su mayoría como el caso de Uber o DiDi, cobran sus tarifas a los usuarios relacionados con el tiempo y distancia, por lo tanto, entre más ágil y rápido sea, el costo será menor; sin embargo, esto

no se da en las aplicaciones de reparto, las tarifas no varían según la espera, muchos de los repartidores deben esperar en los restaurantes o tiendas hasta que el pedido sea finalizado y ese periodo no lo paga la plataforma, son aspectos que se deben de mejorar.

La tarifa por espera se da actualmente solo en la aplicación de transporte de personas llamada Uber, lo cual según la página web oficial indica lo siguiente:

Actualmente, los usuarios pagan una tarifa por tiempo de espera una vez pasan 5 minutos desde que el socio conductor llega al punto de partida y hasta que se inicie el viaje. A partir del 14 de junio, este cargo se empezará a cobrar desde los **2 minutos**. La aplicación iniciará el contador automáticamente y, una vez finalizado el viaje, podrás ver reflejado el monto por el tiempo de espera. (Uber, 2020)

Categoría 3. Precio

Descripción.

Esta categoría es uno de los aspectos más controversiales de las plataformas, ya que han venido a dar un giro al transporte doméstico de personas, las tarifas son mucho más económicas que el servicio brindado por el regulado por el Estado, es decir, los taxis y referente a las plataformas de reparto, el cliente busca la mejor opción. Por lo tanto, entre las respuestas de los entrevistados se tienen las siguientes:

“Considero la efectividad y confianza que transmita la plataforma, ya que tengo que brindarles ciertos datos bancarios que son sensibles. Y después tengo en cuenta la relación precio-beneficio, si es conveniente, lo uso, si no, no” (Entrevistado 6).

“El auge de ese transporte ilegal es el precio inferior el transporte legal, ellos no pagan las cargas sociales que pagamos los taxistas” (Entrevistado 7).

“Más acceso a precio, cálculo, rutas. La interacción entre el cliente y el repartidor es más inmediata y menos compleja a otro que no se brinda por medio de una plataforma, como ejemplo los taxis” (Entrevistado 10).

“De ser una aplicación al alcance de todos usuarios y conductores, no debe tener ningún costo el poder bajarla a un celular, los precios del transporte deben ser competitivos sin menoscabo del conductor o dueño del vehículo” (Entrevistado 11).

“Un precio accesible a todos los usuarios” (Entrevistado 12).

“Saber el precio final o el rango de precio por el servicio” (Entrevistado 13).

“Uno sabe el costo antes de utilizar el servicio y sabe la identidad de la persona que brinda el servicio” (Entrevistado 17).

Análisis.

El precio, de acuerdo con las respuestas brindadas por los entrevistados, es una de las características por las cuales el auge de las plataformas digitales ha ido en crecimiento. En el año 2015, con la aparición de Uber en el transporte de personas, se dejó en evidencia la gran diferencia en precio entre ese servicio y el brindado por el regulado por el Estado (taxis), por lo tanto, esta es una de las razones por las cuales las personas empezaron a elegir movilizarse en unidades que estaban inscritas en una aplicación tecnológica.

Como bien lo menciona el entrevistado número 8, las cargas sociales que pagan los taxistas y el precio regulado que tienen que cobrar, los deja en desventaja con aquellos que brindan el servicio mediante una plataforma. Además de que para el usuario es más seguro y cómodo saber el costo antes de iniciar un viaje, pedir un alimento o requerir un mandado, ya que logra tener un mejor control de sus finanzas y elegir el más adecuado de acuerdo con su economía.

Según la página web de la aplicación Uber menciona lo siguiente:

Los precios de muestra para los usuarios son solo estimaciones y no reflejan las variaciones por descuentos, ubicación, demoras en el tránsito u otros factores. Pueden aplicarse tarifas fijas y tasas mínimas. El precio real de los viajes, incluidos los programados, puede variar. (Uber, 2020)

Por otra parte, el entrevistado número once, menciona el hecho de que la aplicación como tal, no debe de tener ningún costo al momento de instalarla y usarla, pero si existe la posibilidad de que si el usuario requiere una atención más personalizada o bien, un costo mensual por cierta cantidad de pedidos, también se puede realizar, como en el caso de Glovo Prime, la cual al pagar una mensualidad, el cliente puede hacer la cantidad de pedidos que quiera al mes, cuenta con promociones exclusivas y es renovable.

De acuerdo a la página oficial de la aplicación llamada Glovo, menciona lo siguiente:

Glovo Prime es un servicio de suscripción que te ofrece envíos GRATIS en establecimientos seleccionados y promociones exclusivas. Los establecimientos incluidos en tu selección de Prime pueden variar en función de tu ubicación. La suscripción se renovará automáticamente cada mes hasta que la canceles. No hay ningún compromiso; te puedes dar de baja en cualquier momento. (Glovo, 2020)

Categoría 4. Calidad

Descripción.

Se menciona la calidad como categoría, ya que los entrevistados denotan que el movilizarse o requerir de un servicio de reparto, ambas cosas debe de ser brindadas con eficiencia y eficacia. De esta forma, las ventas de los negocios incrementan, los colaboradores suben de nivel y obtienen mejores beneficios o propinas y los usuarios sienten mayor satisfacción al finalizar el pedido o el viaje. Según Castillo (2020) al citar a Yirda (2020), define calidad como:

La labor que realiza una empresa para lograr satisfacer las necesidades que presentan los consumidores; además, para que los compradores se sientan también satisfechos desde el punto de vista del marketing se busca que las compañías sean capaces de brindar un buen servicio, pues este factor modifica lo que los clientes identifican como calidad. (p.80)

A continuación, se muestran las respuestas relacionadas con el término calidad, obtenidas de los interrogados:

“Primordialmente en la calidad del servicio brindado, no solo que la usabilidad de la tecnología sea accesible, sino que los colaboradores o colaboradoras del servicio están comprometidos con la satisfacción del cliente” (Entrevistado 2).

“Mantener la vocación y calidad en el servicio, mientras el servicio de taxi local, se va desvaneciendo, así como la imperiosa necesidad de implementar un modelo de mercado, incorporando la mejor oferta, que satisfaga las necesidades de este segmento” (Entrevistado 9).

“Equilibrio entre calidad y precio, para mí un control de calidad es fundamental en ese sentido. Si los choferes me empiezan a incomodar o dar inseguridad, yo dejo de usar el servicio, por eso para mí, en ese caso, es fundamental tener cierto control de calidad sobre las personas que ingresan a la plataforma como colaboradores” (Entrevistado 11).

Análisis.

Teniendo en cuenta las respuestas brindadas por las personas que participaron en las entrevistas, se percibe la relación que presenta la calidad del servicio con el precio y la aceptación en el mercado costarricense. Concuerdan que más que recibir el producto, llegar a un sitio es la calidad con la que se brinde el mismo. El colaborador de la aplicación debe buscar la eficiencia y otorgar más que calidad, una experiencia, en la que el cliente se sienta satisfecho y decida volver a solicitarlo.

Las empresas como Uber, DiDi, OMNi, Boon, Glovo, Rappi y Moovin, buscan la satisfacción del cliente y por ello, ponen a disposición del usuario, poder calificar el servicio tanto del chofer u repartidor, como del restaurante o negocio. Entienden que ofrecer calidad les genera mayor reconocimiento y por ende, mayor ingreso económico. Es esta además la razón por la cual las plataformas digitales de transporte doméstico crecen día con día, al ser comparado con otros servicios en los que en vez de recibir buenas críticas, lo que se obtiene son malas experiencias.

Categoría 5. Acceso

Descripción.

La presente categoría es de importancia para determinar la accesibilidad que tienen los usuarios y colaboradores frente a plataformas digitales de transporte doméstico en la Gran Área Metropolitana sin dejar de lado las oportunidades que representan para los negocios, restaurantes, pequeñas y medianas empresas para incrementar sus ventas y por consiguiente, se muestran las respuestas de los entrevistados.

“El acceso por medio de un solo punto de contacto (teléfono o dispositivo inteligente)”
(Entrevistado 2).

“En primer lugar, tiene que solucionar alguna necesidad de movilidad [sic] en el mercado, después deberá ser accesible (encontrarse en los diferentes mercados de apps o incluso disponer de alguna versión web, cuantos más canales de acceso mejor) fácilmente usable y con precios razonables” (Entrevistado 6).

“El tener un mejor acceso al transporte particular, como así también la distribución de alimentos u otros bienes o sea, una mejor oferta del mercado, implica que los consumidores de la GAM, modificarán sus esquemas conductuales, para disfrutar de estos beneficios y comodidades”
(Entrevistado 9).

“Mayor exposición ante clientes, mejorar ingresos, más facilidad de acceso a servicios brindados” (Entrevistado 14).

“La facilidad de su acceso, lo económico del servicio versus el servicio oficial (taxi)” (Entrevistado 15).

“Mayor acceso a servicios que hasta este momento estaban controlados por los proveedores, ahora está en manos del cliente con solo un click” (Entrevistado 17).

Análisis.

Los entrevistados, de acuerdo con las respuestas anteriores, concuerdan en que las plataformas digitales de transporte deben brindar acceso a toda la población y eso se enfoca en clase media baja, media alta y alta, para que puedan adquirir sus servicios a través de un teléfono inteligente o bien, de algún dispositivo con Internet, por lo tanto, las aplicaciones no solo deben ofrecer el servicio mediante celulares, sino también, por una página de Internet, de esta forma se lograría un acercamiento más profundo al mercado.

Las aplicaciones deben brindar una variedad de servicios y así el usuario puede elegir sin dificultad y en cualquier momento. Como menciona el entrevistado número diecisiete, los clientes tienen en las manos lo que requieren a un solo clic y sin necesidad de moverse de donde estén ni realizar llamadas o hacer filas. El acceso a los servicios, productos, transporte por medio de una plataforma, ha hecho más simple el estilo de vida de las personas y ha cambiado la conducta en la cual el acceso-beneficio genera satisfacción y por ende, rentabilidad.

Categoría 6. Facilidad

Descripción.

Las plataformas tecnológicas han venido a simplificar la vida de las personas, facilitar las actividades cotidianas, ahorrar tiempo y costos. Esta categoría se destaca en que las personas tienen

que suplir necesidades básicas de una forma simple y que las aplicaciones sean fáciles de usar sin complicaciones ni descargas de programas para poder utilizarlas. Las empresas creadoras de esta modalidad deben tener como objetivo la sencillez en cuanto al uso, entre más fácil sea de utilizar, logrará más penetración en el mercado, ya que lo vuelve más atractivo hacia el usuario y colaborador. Dicho esto, se muestran a continuación las respuestas de los entrevistados.

“La facilidad y experiencia que la app me dé para obtener el servicio es lo primero por el cual pienso usarla, entre más rápido e inmediato se pueda obtener el producto o servicio, es posible que la utilice más a menudo. El diseño de la app atrae muchísimo” (Entrevistado 1).

“Facilidad de uso” (Entrevistado 2).

“Facilidad a la hora de solicitar el servicio ya estando afiliado” (Entrevistado 11).

“Facilidad de pago, facilidad de traslado, empleo” (Entrevistado 13).

“Facilidad para recibir comida, medicamentos, etc. de manera exprés y las fuentes de trabajo para miles de personas” (Entrevistado 17).

Análisis.

Los entrevistados, de acuerdo con las respuestas anteriores, concuerdan en que entre las características que debe brindar una plataforma de transporte doméstico es la facilidad, en cuanto a uso, servicio o producto, pago o traslado. Le da un valor agregado, ya que las personas buscan sencillez y rapidez, si se ofrece una aplicación que requiera descargas extras, muchos trámites para usarla, complicada a la hora de solicitar o al pagar, no será atractiva y por ende, no tendrá un auge en el mercado.

Debido a esto, las empresas están en constante innovación, de la mano de la tecnología para facilitar cada día más, las tareas cotidianas de los seres humanos y no solo en Costa Rica, esto ocurre a nivel global, la era tecnológica ha hecho que las personas se reinventen y den nuevas

formas de negocio, en la que ahorra tiempo, como ya se comentó anteriormente, van de la mano facilidad, ahorro en tiempo y precio. Bien lo menciona el entrevistado número uno al indicar que el usuario elige la plataforma debido a su diseño y la experiencia que esta le pueda ofrecer.

Categoría 7. Cobertura

Descripción.

Esta categoría hace referencia a la cobertura geográfica, es decir, que las aplicaciones de transporte doméstico, si tienen la posibilidad de brindar mayor rango a lo largo del país, más auge tendrá en el mercado; sin embargo, hoy su mayoría opera en la Gran Área Metropolitana. Por consiguiente, al no existir muchas unidades en zonas rurales, esto no imposibilita su uso, puede una persona estar lejos y pedir el servicio para un tercero sin ningún problema. Por lo tanto, sale a relucir como categoría de acuerdo con las siguientes respuestas dadas por los entrevistados.

“Cobertura geográfica que abarca una plataforma tecnológica, tiempos de respuesta más eficientes en una plataforma tecnológica, disponibilidad de contenido desde una misma página o aplicación, seguimiento online de la orden, logística especializada de las plataformas tecnológicas, chat de soporte en tiempo real” (Entrevistado 5).

“Más cobertura, la confiabilidad, el saber cuánto cobran es muy importante, tener ese respaldo de que voy a ir al lugar que indiqué sin problema” (Entrevistado 10).

“He podido entregar artículos en San José, estando en mi oficina en San Carlos sin moverme más que para dar seguimiento” (Entrevistado 17).

Análisis.

Concuerdan según las respuestas anteriores brindadas por las personas entrevistadas, en que una plataforma debe otorgar a los usuarios cobertura en cualquier parte del país o como lo menciona el encuestado número 17, la posibilidad de solicitar un servicio para un tercero sin tener que estar

en el lugar. Las aplicaciones móviles que se encuentran hoy en el país de forma activa, se han centrado en la Gran Área Metropolitana, por ser donde se haya la mayor concentración económica, lo que conlleva mayores ingresos.

Referente a lo anterior, las plataformas de transporte doméstico tanto de movilización de personas como de reparto deben ir expandiéndose a zonas rurales, donde los pequeños negocios tengan la oportunidad de ofrecer sus productos a más personas, darse a conocer y lograr mayores ganancias. Además, tener cobertura a lo largo del país posibilita a las empresas a programar sus entregas de pedidos sin que la distancia sea un inconveniente, utilizar la logística de última milla en diferentes partes del país y de esta forma, obtener mayores ganancias.

Categoría 8. Promociones

Descripción.

Las promociones destacan entre las características relevantes que debe de tener una plataforma de transporte doméstico, es decir, servicios de movilización o de reparto a precios más económicos, descuentos significativos de comercios y restaurantes, y beneficios en general, para el usuario, con el fin de ganar más clientes y generar mayores ganancias. Por esta razón, se muestran a continuación las respuestas brindadas por los entrevistados.

“La capacidad de invertir en publicidad y ventajas más competitivas como descuentos e incentivos a las personas usuarias” (Entrevistado 2).

“A decir verdad, podría presentir que más que cambios tecnológicos, es mantener y mejorar la calidad del servicio al cliente, buscando conservar los ya cautivos y hacer crecer la cartera, con atractivos modelos promocionales y atención personalizada” (Entrevistado 9).

“Ofrecer mayor oferta de descuento a sus consumidores regulares” (Entrevistado 12).

Análisis.

Debemos comprender que para que un producto, bien o servicio tenga potencial o sea atractivo en el mercado, es importante tener presente que debe darse a conocer, poseer publicidad de la plataforma, vía Internet, televisión o radio, conocer el mercado al que va dirigido y entender qué es lo que necesita, hacer un acercamiento con los clientes y cumplir sus expectativas. Destacar las ofertas del día en las aplicaciones y restaurantes, descuentos en viaje o pedidos especiales, aspectos que logren captar la atención de los usuarios y se decidan a elegir el servicio o comprar el producto.

Es por esto que los entrevistados llegan a la conclusión de que más que generar más ventas, es mantener a los clientes actuales, brindando mejores ofertas promocionales; sin embargo, no todas las aplicaciones están enfocadas en el mercadeo. Las empresas creadoras de plataformas tecnológicas como las mencionadas a lo largo del proyecto, deben invertir en modelos de información entre vendedores y compradores, es decir, aplicación–usuario. Las promociones son una forma directa o indirecta de convencer y recordarle de sus productos y servicios a la población.

Unidad de análisis 2: Efectos en la Sociedad del GAM

Esta segunda unidad de análisis tiene como referencia los efectos que han venido a generar en las personas de la GAM, la llegada de las aplicaciones de transporte doméstico, abarcando desde la movilidad de individuos, reparto y logística de última milla. Es relevante conocer qué ha movido a la población para que estas herramientas tecnológicas tengan cada día más crecimiento y ver cuáles han sido aquellos efectos, tanto positivos como negativos, que han traído consigo.

Por lo tanto, de esta unidad se derivaron ocho categorías de análisis:

1. Tecnología
2. Servicio
3. Economía
4. Empleo
5. Movilidad
6. Contaminación

7. Regulación
8. Digitalización

Categoría 1. Tecnología

Descripción.

La tecnología ha venido a transformar la economía, sin ella, muchas formas que hoy conocemos de interactuar con proveedores o clientes, no sería posible. Los entrevistados destacan su importancia y relacionan el efecto que ha traído consigo a la población costarricense desde la llegada de las aplicaciones digitales de transporte doméstico. De esta categoría se desprenden las siguientes respuestas brindadas por los entrevistados.

“La tecnología ha ayudado a obtener herramientas para las necesidades básicas como transporte, salud, comida y lo seguirá haciendo, en el contexto del siglo XXI, la tecnología seguirá intencionalmente buscando la manera de facilitar por medio de dispositivos móviles el alcance a todas nuestras necesidades” (Entrevistado 1).

“100% la base, ya que con la tecnología se ha logrado unir varias aristas para poder conformar las plataformas tecnológicas, sobre todo como oportunidad comercial para las personas que venden bienes y servicios, pero no existían plataformas ON DEMAND que los apoyaran en esa venta incremental o para soluciones logísticas tan sencillas, como es el enviar un paquete de un extremo al otro de la ciudad, sin necesidad de salir de casa, la tecnología hace tener todo más cerca, en la palma de la mano” (Entrevistado 5).

“La tecnología ayuda enormemente a automatizar procesos, a obtener información veraz para la toma de decisiones y la identificación de puntos de mejora, etc.” (Entrevistado 6).

“Creo que más que un simple valor agregado, es convertirlos en altamente competitivos. Estamos en la era de la tecnología, ante lo cual, quien verdaderamente quiera disputar un

segmento o un nicho de este mercado, no se puede dar el lujo de quedar rezagado por obsolescencia” (Entrevistado 9).

“El único perjuicio que hay es que la gente que no está familiarizada con el uso de tecnología se está viendo afectada, al no tener conocimiento al uso de plataformas, tienen que seguir pagando altos costos por los servicios. Mucha oferta, demasiada competencia” (Entrevistado 10).

“El mundo evoluciona, la tecnología cada día avanza más cubriendo diferentes necesidades de las personas, nuestro país quedó suspendido en un momento en que dichas tecnologías no existían, tenemos entonces sistemas de servicio obsoletos que han permanecido inamovibles con el paso de los años. Uno de estos servicios es el de transporte remunerado de personas, el cual, a pesar de haber iniciado como una empresa útil para los conductores[sic] y dueños de un vehículo, jamás ha evolucionado hacia mejorar dicho servicio en función de los usuarios del mismo” (Entrevistado 11).

“Es el principal factor del incremento en apps o plataformas digitales, sin tecnología no existirían estas herramientas” (Entrevistado 14).

Análisis.

Se denota, con referencia a las respuestas que fueron obtenidas por los entrevistados, que sin el avance tecnológico, las plataformas digitales no existirían, es la base fundamental para que estén en funcionamiento y a partir de este fenómeno, surge una nueva modalidad para comerciar. El efecto tecnología ha logrado que exista un acercamiento más íntimo entre empresa y consumidor, todo a través de una herramienta que lo permite y desde la comodidad de la casa u trabajo.

Si bien es cierto, trae consigo aspectos positivos, como mayor control, búsqueda de mejoras en proceso, cubrir las necesidades básicas y esenciales, también se deja en claro que no todos tienen la posibilidad de hacer uso de esta y a la vez, no saben utilizarla, como lo menciona el entrevistado

número diez, los usuarios que no saben el manejo de un teléfono inteligente, una aplicación, seguirán usando los sistemas que no los requieren y no tendrán la opción de minimizar sus gastos, esto se enfoca en el sector más susceptible económicamente y personas con dificultad para usar celulares como los de la tercera edad.

Además, cabe destacar que el sistema de servicio de transporte remunerado de personas, legalizado en el país (taxis), viene quedando rezagado ante el auge tecnológico que tienen las aplicaciones como Uber, DiDi, Boon, ya que mientras el mundo se mueve en dirección al cambio de la era tecnológica, este sector se queda estancado y es ahí donde se empieza a dar una competencia desleal y pocos ingresos para este sector. Ahora bien, la aplicación OMNi es la única que ha incorporado a las taxis oficiales, pero el cobro se hace mediante la plataforma, no con el taxímetro y por ende, sigue siendo un servicio ilegal.

De acuerdo a la página oficial de OMNi, hace referencia a este servicio de transporte de personas, donde se destaca lo siguiente:

OMNi apuesta con un alto estándar de calidad por aquellos sectores más rezagados en los últimos años, ofreciéndoles un respaldo integral que les permite competir frente a otras opciones en el mercado. En el caso de los taxistas, esta no fue la excepción. (OMNi, 2020)

Categoría 2. Servicio

Descripción.

El servicio que buscan las personas hoy, se ve con importancia, que tiene que ser de forma inmediata, la rapidez y la agilidad con la que los individuos requieren cubrir sus necesidades ha hecho que las compañías piensen e innoven en cómo llegar a más consumidores de manera más eficiente y a la vez, de forma más económica. Es allí donde ya no es solo la venta de un producto lo que es importante, es el servicio con el que se brinda. Entre más existan al alcance de los usuarios, más rentabilidad e ingresos lograrán las empresas y los que laboran en ellas.

Por consiguiente, entre las respuestas brindadas por los entrevistados destacan que el cubrir la mayor cantidad de servicios es esencial para la población de la GAM. A continuación, se muestran dichas respuestas:

“El acceso tecnológico a servicios de movilidad” (Entrevistado 2).

“Tener opciones de bienes y servicios con inmediatez a la palma de la mano” (Entrevistado 5).

“Tener más opciones siempre es una buena noticia y un beneficio para la población. El consumidor tiene derecho a elegir y en una sociedad de libre comercio gana el que brinde el mejor servicio. El usuario se vuelve cada vez más exigente, valora cada vez más la innovación y "se casa" con el que mejor servicio preste” (Entrevistado 6).

“Que ofrece diferentes servicios de alimentos, no solo uno y además, todo se hace desde la plataforma, no hay que llamar ni pagar al conductor el pago se hace por la plataforma” (Entrevistado 12).

“Pues posee una gama más amplia para elegir un servicio, ya no depende únicamente del servicio que brinda el estado ha permitido abrir el mercado” (Entrevistado 14).

“Hay cercanía con los servicios de mensajería” (Entrevistado 15).

Análisis.

Se evidencia, de acuerdo con las respuestas brindadas por los entrevistados, que uno de los efectos de las plataformas digitales ha sido la posibilidad de adquirir y tener a la mano una variedad de servicios que faciliten la vida cotidiana, sean confiables y brinden facilidad de acceso. La tecnología junto con las necesidades de la población hace posible el aumento del uso de estas herramientas e incentivan a su creación y mejoras continuas.

El entrevistado número 6 menciona que gracias a tener diferentes plataformas, enfocadas en distintos servicios, otorga el libre comercio en el que el usuario tiene la opción de elegir la que mejor se ajuste a sus necesidades. Además, en el ámbito laboral existe más oportunidad para que puedan escoger la plataforma que les brinde mejores beneficios económicos.

Categoría 3. Economía

Descripción.

El auge de las aplicaciones tecnológicas utilizadas en el transporte doméstico ha revolucionado la economía costarricense, tanto para los negocios como a las personas que solicitan algún servicio o producto, buscando una alternativa que se ajuste a sus finanzas. Además, por parte de los negocios, restaurantes, pequeñas empresas, ha venido a ser una alternativa para incrementar sus ventas. Dado esto, los entrevistados mencionan lo siguiente.

“Ventas incrementales a los comercios que utilizan las plataformas como una canal adicional para poder comerciar, usuarios y consumidores con una gama de mayor contenido de bienes y servicios a la que pueden acceder” (Entrevistado 5).

“Los efectos que ha generado desde hace 5 años han sido muchos, el impacto más importante se da en la nuevas generaciones, implantar una nueva forma de transportarse en la ciudad el cual es económico, sencillo y seguro” (Entrevistado 10).

“La Mayoría prefiere elegir una plataforma que se ajuste a su economía principalmente” (Entrevistado 14).

“Es un servicio más económico y es de fácil acceso para la mayor parte de la población, es segura en cuanto al poder seguir la trayectoria de un servicio” (Entrevistado 15).

“Mucho más personas de clase baja y media alta encontraron en la economía de estos transportes la opción de llegar rápido a su destino sin gastar de más, puesto que al saber cuánto cobran previo te permite formalizar un presupuesto semanal” (Entrevistado 16).

“Trabajo para miles de persona, crecimiento económico a nivel comercial como aumento de ventas de autos, motos, bicicletas, desarrollo del comercio en general para envíos a domicilio o destinos preferidos por los clientes, emprendedurismo, desarrollo de Mipymes y todo lo que esas actividades encadenan hacia las finanzas del estado” (Entrevistado 17).

Análisis.

Referente a las respuestas brindadas por los entrevistados, la economía que se ha desarrollado en el país ha ido en crecimiento gracias al uso de las plataformas digitales, los comercios han incrementado sus ventas y han logrado penetrar más en el mercado, dándose a conocer y mejorando la calidad de sus servicios y productos. Los ingresos y la rentabilidad de los negocios hoy, si no tiene la tecnología a su favor, les será más difícil progresar.

Como bien lo menciona el entrevistado número diez, el gran reto de las empresas es llegar a las nuevas generaciones, ya que nacieron donde la tecnología y la Internet se encontraba en su apogeo y al día de hoy es la mano derecha de la economía y del comercio en general, por esto es esencial que las compañías estén en constante innovación tecnológica, de esta forma, los usuarios buscarán las plataformas que mejor se adapten a sus finanzas y las cuales les brinden mejor servicio.

Ha sido vital en las pequeñas empresas, el reconocimiento en la población mediante este tipo de herramientas, el emprendedurismo siente un mayor apoyo para incrementar sus ingresos y lograr llegar a más clientes, dándose a conocer cada día más y entrar en competencia. Otros sectores también se han visto beneficiados por la llegada de estas aplicaciones a Costa Rica, por ejemplo, personas que aunque tienen un empleo fijo, un salario mensual, hacen uso de estas plataformas para lograr un ingreso extra y así solventar sus finanzas.

Categoría 4. Empleo

Descripción.

Los entrevistados mostraron en esta categoría, que uno de los efectos significativos para el país ha sido el crecimiento del empleo, lo que ha ayudado a miles de costarricense a mejorar sus ingresos como un extra o bien, tener control máximo de su tiempo, es decir, ser su propio jefe como así lo hacen ver las diferentes aplicaciones tecnológicas. Por lo tanto, se muestran a continuación las siguientes respuestas, por parte de las personas, empresas e instituciones relacionadas con este fenómeno digital, las cuales participaron en las entrevistas.

“La característica de mayor relevancia de peso ha sido la gran apertura a nuevos empleos, el desarrollo de estas plataformas les han dado oportunidad a muchas personas para la superación personal” (Entrevistado 1).

“El efecto bilateral de ganancias e ingresos a personas sin empleo y al mismo tiempo un desgaste preocupante en los ingresos de las personas que vivían de esto sin necesidad de la herramienta tecnológica” (Entrevistado 2).

“Mayor empleo y acceso a diferentes restaurantes” (Entrevistado 12).

“Mayor uso tecnológico en las personas, aumento de empleabilidad, facilidad de traslado” (Entrevistado 13).

“Muchos encontraron fuente de empleo, otras hicieron crecer sus negocio, pues ahora pueden llegar a más personas directamente sin necesidad de entrar en costos operativos elevados al contar con flotilla de entregas” (Entrevistado 16).

“Han venido a generar un servicio a la medida, bajo control del cliente y un acceso al trabajo para miles de personas en nuestro país” (Entrevistado 17).

Análisis.

Seis personas de los entrevistados concuerdan en que uno de los efectos más relevantes que ha traído consigo las plataformas digitales de transporte doméstico es el crecimiento de empleo, estas herramientas han ayudado a una gran parte de la población a tener un ingreso para sus hogares o bien, dinero extra, con el que son dueños de su tiempo y eligen los días para poder trabajar, así mismo lo describen las compañías como Uber, DiDi, Glovo, Uber Eats, dejan a criterio del conductor o repartidor el horario que deseen y además detallan que no existe ninguna relación laboral, son solo intermediarios.

Conforme pasa el tiempo, más son las personas que se asocian a estas plataformas y no es un secreto que el incremento se da considerablemente en este año 2020 por el efecto de la crisis económica que vive el país y el mundo, como consecuencia de la pandemia de la enfermedad Covid-19, muchas empresas cerraron operaciones y por lo tanto, hubo despidos masivos de personas. Por consiguiente, muchos de ellos optaron como una medida temporal, generar ingresos por medio de estas aplicaciones.

Pero en otro aspecto, como lo menciona el entrevistado número 2, el sector que realiza este tipo de servicio de transporte sin una aplicación móvil ha visto afectados sus ingresos gravemente. Según Rojas (2019), periodista del periódico CRHoy al citar a Vega (2019), diputada de unos los proyectos de ley de regulación de plataformas, menciona lo siguiente:

Nosotros tenemos datos de taxistas que se han suicidado por la situación económica. Tenemos taxistas que no logran terminar el día y llevar alimento a la casa. Ha sido muy difícil. El modelo de taxi desde el punto de vista de la marra social y financiera fue diseñado para ayudarle a la familia. (párr.6)

Es decir, es preocupante la realidad que viven las personas de este sector de movilidad, es por esto que sigue en la lucha por la regulación de las plataformas, para así poder competir sanamente, ya que sin esto, la economía de cada concesionario disminuye considerable, mientras que otros sí generan ingresos y no solo los dueños de placas de taxis se ven afectados, ya que

muchas de las unidades son manejadas a veces hasta por dos choferes, lo que quiere decir que son más las familias que se han visto perjudicadas económicamente.

Categoría 5. Movilidad

Descripción.

La llegada de las plataformas ha logrado el efecto de la movilidad de las personas en la GAM y es uno de los primeros aspectos que se generan, ya que es con las aplicaciones de transporte de personas que abre operaciones en el país. La movilidad ahora tiene diferentes alternativas para los usuarios, tanto para trasladarse de un lugar a otro, como adquirir algún producto o bien y es por esta razón que se determina como una categoría, brindada por los entrevistados. A continuación, se muestran las respuestas relacionadas con dicho término.

“La primera y más estructural de todas: la necesidad de desplazarse para sus necesidades primarias de forma segura y rápida” (Entrevistado 2).

“Mayores alternativas de movilidad [sic] y de consumo: ya no solo hay taxi, bus o coche privado, ya no hay que desplazarse al restaurante para comer, ya no hay que desplazarse a una tienda para comprar” (Entrevistado 6).

“Que han aprendido a usar una nueva manera de buscar el transporte, no solo de taxis sino de otras modalidades” (Entrevistado 7).

“El cambio ha sido mucho porque hay una nueva forma de moverse. La movilidad urbana, es más sencillo trasladarse, más fácil, más barato” (Entrevistado 10).

Análisis.

Los entrevistados concuerdan en que la movilidad ha sufrido un cambio en el país, con la que el usuario tiene más opciones para elegir el medio en el cual quiera desplazarse o bien, adquirir

un producto. Ya no es necesario hacer filas en algún local o restaurante, tomar el servicio público o hacer las compras. Incluso comprar unidades de transporte para llevar los productos hasta el cliente final no es necesario, ahora con las plataformas, la logística de última milla es solventada por estas.

El auge de las plataformas da la posibilidad al usuario de escoger y a su vez, calificar el servicio, es un conjunto de todo, entre calidad, precio, servicio, accesibilidad y movilidad. Por lo tanto, las empresas dedicadas a la creación de plataformas deben buscar facilitar la vida cotidiana del ser humano, en eso están basadas, en simplificar las tareas cotidianas para que así, las personas puedan hacer disfrute de su tiempo en otras actividades. El movilizarse a un lugar y tener la opción de más de cinco plataformas, promueve el libre comercio.

De acuerdo a la promoción del libre comercio según Redondo (2019) periodista del periódico La Republica, en una nota llamada: *El libre mercado del transporte de personas en Costa Rica*, hace la siguiente acotación: “A consecuencia de la llegada de estas empresas, se ha suscitado una especie de libre mercado, terminándose el monopolio estatal en el transporte privado de personas, donde la oferta y la demanda han “regulado” las condiciones del servicio.” (pp.2)

Categoría 6. Contaminación

Descripción.

Si bien, por un lado resulta beneficioso tener más oferta en cuanto a servicios mediante aplicaciones tecnológicas, por otro, se aumenta la contaminación de diversos tipos, ambiental y sónica, especialmente. Es por eso que las nuevas tecnologías deben ir de la mano con una ecología saludable, los vehículos destinados a brindar servicios de las "apps" debería ser amigables con la naturaleza, pudiendo ser eléctricos, híbridos y demás tecnologías ECO. A continuación, se muestran las respuestas de los entrevistados.

“Mayor contaminación vial, sónica, y de ambiente” (Entrevistado 7).

“Al existir más unidades en la calle se produce más contaminación ambiental y más presas” (Entrevistado 14).

“Mayor congestionamiento vial y contaminación” (Entrevistado 15).

Análisis.

Representa, según se desprende de las entrevistas, una problemática grave, la contaminación derivada de los vehículos automotores, específicamente de los tipo gasolina o derivados como el diésel, ya que además de generar una cantidad de smog importante, generan ruidos y embotellamientos, lo cual hace que generen "humo" durante un tiempo determinado en distintos lugares, creando problemas en la capa de ozono y el ambiente en general. Es por eso que el desarrollo de tecnologías de la mano con el ambiente, amplía en el aporte de utilidad para los seres humanos, beneficiándose a todos, así como a nuestro planeta.

Categoría 7. Regulación

Descripción.

La apertura de las plataformas digitales ha ido originando "huecos" en el tema legal, es decir, la regulación de las actividades desarrolladas por medio de las plataformas tecnológicas. Representa desde hace varios años, un reto para el Gobierno la creación de normas que marquen las pautas para quienes se dediquen a dichas ocupaciones. Por otro lado, ha generado malestar en una parte de la población que hace labores similares, que sí poseen regulación, metiendo presión por parte de estos grupos al Estado costarricense, una pronta legislación pertinente para el tema descrito. A continuación, las respuestas de los entrevistados.

“Que se debe de dar en la Asamblea Legislativa un proyecto de ley que regule las plataformas” (Entrevistado 7).

“Talvez asuntos ilegales, clandestinos, se presta para estafas aspectos que van de la mano con la apertura a la tecnología, donde los más astutos se aprovechan del resto” (Entrevistado 14).

“Ha sido buena, en cuanto a la oportunidad de hacer dinero extra. En ocasiones se vive mucha ansiedad por el tipo de personas o paquetes que pueda llevar uno en el vehículo. Adicionalmente, es estresante el tema de la ilegalidad” (Entrevistado 15).

Análisis.

Dentro de los comentarios citados por los entrevistados, destaca la necesidad de una pronta ley para que no se siga brindando un servicio ilegal, ya que aunque es útil, representa un temor utilizar aplicaciones sin un respaldo, especialmente por parte del Gobierno costarricense, concuerdan que es una alternativa muy interesante para la población y que llegó para quedarse, por lo tanto, destacan la obligatoriedad del Estado en crear la normativa pertinente.

Incluso se podría destacar que el rezago en cuanto a la legalidad representa bastantes meses, en el cual, muchas personas se encuentran trabajando de manera informal, pero brindando servicios útiles; no obstante, que resulta mejor con una participación del Estado nacional. Por esta razón, hoy se encuentran en debate y análisis, cuatro distintos proyectos para la regulación de estas plataformas y también, para los derechos de los socios conductores y repartidores.

Categoría 8. Digitalización

Descripción.

Definitivamente, la era de la digitalización llegó, el mundo está en un siglo XXI cargado de tecnología, en el que los nuevos negocios y empleos están ligados a una computadora, teléfonos inteligentes, tabletas digitales (*tablets*) y demás aparatos. Su desarrollo avanzado y acelerado ha traído un gran desahogo para el mundo por su versatilidad, facilidad y rapidez para el desarrollo de la industria. La digitalización trae consigo muchos beneficios y prácticamente exige a todas las

personas a su actualización para poder utilizar esta herramienta moderna. Por lo tanto, los entrevistados mencionan lo siguiente.

“La digitalización apoya por una buena gestión de la flota permite la toma de decisiones en función a los datos, optimiza recursos, permite visualizar mejor el comportamiento de la demanda y agiliza la capacidad de diversificar la economía, ya sea a una escala micro o a escalas macroeconómicas” (Entrevistado 2).

“Los negocios han acelerado drásticamente su transformación digital, no solo por el hecho de que sus competidores se estuvieran ya sumando al negocio de la venta online y estuvieran ganando cuota de mercado, sino porque la Emergencia del COVID les ha obligado literalmente a hacerlo. Sin posibilidad de abrir tiendas físicas, la única opción de sobrevivir es pasarse al negocio online y la entrega a domicilio” (Entrevistado 6).

Análisis.

El paso del tiempo y el avance de las tecnologías representan ganancias en tiempo y dinero para los usuarios. Por otro lado, la pandemia actual ha dado un impulso incluso de años para ejercitar el uso habitual de la digitalización. Ha representado un avance importante para la población y explotar su uso al máximo. Los entrevistados consideran que la digitalización fomenta la competencia sana entre empresarios, pero también amplía las opciones para sus clientes.

Las empresas han tenido que modificar la forma de comerciar y vender, haciendo uso de la tecnología, en las cuales, muchas han decidido cerrar sus tiendas físicas y ahorrarse dinero en alquileres de local, electricidad y otros, enfocándolo en una buena herramienta tecnológica y publicidad que les permita generar más ingresos en un menor tiempo. La innovación que se ha presenciado en estos años con la llegada de las aplicaciones de transporte doméstico ha sido abismal y están en constante cambio, siempre buscando llegar a suplir las necesidades de cada usuario.

Interpretación de datos

Después de realizar el análisis respectivo de dichas categorías, con respecto a las respuestas obtenidas por los entrevistados, se logró obtener una serie de datos importantes, los cuales se tomarán como referencia para su interpretación, teniendo como objetivo hallar la solución del problema de la investigación, a saber: ¿cuál ha sido el impacto de las plataformas digitales en el transporte doméstico dentro del periodo 2015-2020 en la Gran Área Metropolitana?

Partiendo desde una perspectiva autocrítica, la investigación se divide en dos importantes grupos de plataformas digitales, de transporte de personas y de reparto, esta última, contemplando a las de logística de última milla. El auge que han tenido se ha dado por distintas características y efectos, mismos que son las unidades analizadas y relacionadas específicamente con los objetivos. Es importante recordar que la economía colaborativa, la tecnología y la regulación de las aplicaciones están relacionados en este fenómeno.

En la categoría de seguridad, se detalla la importancia de que las aplicaciones ofrezcan esto tanto para los usuarios como colaboradores, relacionándola con otras categorías como el tiempo, precio, calidad y servicio. En conjunto cumplen un papel esencial, ya que una depende de la otra y forman un todo al momento de ofrecer o recibir un servicio o producto específico, los entrevistados concuerdan que el crecimiento del uso de las plataformas se da por la nueva tendencia tecnológica, la accesibilidad con la que cuentan a distintos ámbitos comerciales y la oportunidad de elegir entre varias de estas herramientas digitales.

Por lo tanto, las empresas creadoras de plataformas digitales deben buscar siempre el mejoramiento de procesos y de la aplicación en sí, ofreciendo calidad y satisfacción al cliente, ya que con esto, el crecimiento económico se daría de una forma más exponencial, el usuario no solo está enfocado en trasladarse o comprar un bien, se especifica y califica con base en su experiencia, en el trato que le brinda, en el servicio eficiente y eficaz, busca una compra que le genere satisfacción y que pueda recomendar a otros.

El acceso amplio a diferentes servicios es un plus que los usuarios califican y ven como beneficio, tener una aplicación en la que puedes comprar, trasladarse, incrementar ventas, llegar a mercados que antes no se podía, disminuir costos, tener un mejor control del dinero, mayor rentabilidad y lo más relevante, la creación de empleo, son lo que denota el auge que han tenido las plataformas desde su llegada en 2015 hasta la actualidad.

Además se destaca la importancia de la publicidad, tanto de las empresas creadoras de las plataformas, como de los comercios afiliados, ya que al promover y dar descuentos significativos a la población que hace uso de las mismas, genera mayor reconocimiento y a su vez mejores ingresos, adicional a esto deben de mantener a los clientes actuales, ofreciendo ofertas llamativas para que se logre un incremento en el uso diario.

Con el respectivo análisis se pudo concretar que los impactos en el sector público se han agravado, pero para muchos ha sido el medio en el cual pueden laborar y para varias empresas pequeñas, una oportunidad para llegar a más nichos de mercado, incrementando sus ventas y logrando una mayor rentabilidad. El país debe velar por una sana competencia y lograr un equilibrio en el sistema en el que todos tengan la posibilidad de generar ingresos sin afectar considerablemente a una parte de la población.

Y por ende, al texto anterior la regulación de estas plataformas en Costa Rica, debe verse como una prioridad para el Gobierno, ya que cada día se hace más frecuente su uso, y muchas personas más se familiarizan con estas herramientas tecnológicas, dejando de lado, el servicio público tradicional, lo que conlleva problemas para un sector de la población que lamentablemente no ha sido apoyado por el Estado para lograr una innovación tecnológica, para poder competir con las nuevas tendencias de mercado.

Además, se detalla la importancia que ha tenido la tecnología en estos últimos años, es un hecho que la era tecnológica ha venido a revolucionar la economía y el comercio como tal, haciendo que compañías busquen innovar y mejorar sus procesos; sin embargo, una parte de la población aún es excluida de este cambio generacional y tecnológico, ya que rebasa el entendimiento y siguen con sistemas que van quedando obsoletos y rezagados en el tiempo.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones de la investigación

Se finaliza que la llegada de las plataformas digitales de transporte doméstico en Costa Rica en el año 2015 ha provocado una apertura a nuevos modelos de mercado y posterior inversión en el país de más aplicaciones de este tipo, lo que conlleva al libre comercio en la nación y otorgando la posibilidad al usuario de elegir entre una amplia gama de opciones de servicios.

En definitiva, las aplicaciones digitales han cambiado la economía de los costarricenses otorgando la oportunidad de empleo a muchas personas y el incremento de ventas en distintos comercios y negocios, ya que les brinda una alternativa extra de ingresos económicos por medio de estas nuevas herramientas.

Además, deja en evidencia la necesidad de la población de obtener servicios y productos de manera eficiente y a un menor costo, por medio de un teléfono móvil y en cualquier parte de la Gran Área Metropolitana, donde destaca la importancia de que estas aplicaciones tengan una mayor cobertura a nivel nacional, llegando a la posibilidad de que puedan operar en zonas rurales.

Se concluye que el tiempo es esencial en el servicio brindado por plataformas digitales, ya que las personas buscan formas que le simplifiquen las actividades diarias y emplear ese periodo en otras; sin embargo, el precio es otra característica muy importante y que más impacto ha venido a generar en la población, las aplicaciones que otorgan el servicio de movilidad de personas tienen costos menores que el servicio público tradicional.

Adicional, las promociones y descuentos significativos que puedan otorgar las plataformas, comercios u restaurantes, tanto a sus socios colaboradores como usuarios, brinda la oportunidad de incrementar el uso de las mismas, y por ende una mayor rentabilidad.

Por otra parte, el servicio público remunerado de taxis ha ido decreciendo y ha quedado rezagado por el tema de tecnología y la competencia tan fuerte que se presenta en el país, llevándolo al punto de buscar su regulación para una sana competencia.

Se llega a la conclusión de que las aplicaciones son un modelo de economía colaborativa, en la cual, la idea principal es ganar-ganar, ser solo un intermediario entre comprador y vendedor; empero, deja la duda de la legalidad en cuanto a esta forma de trabajar. Es de tal forma que el Estado costarricense aún no ha logrado llegar a una meta en cuanto a la regulación de dichas plataformas.

Además, se destaca que los socios buscan tener un ingreso con el cual puedan subsistir; no obstante, las altas comisiones que solicitan las aplicaciones lo complican de cierta manera, haciendo que laboren jornadas muy extensas.

Poniendo entonces en evidencia como punto clave la seguridad hacia los conductores, ya que ellos no tienen el conocimiento del destino final o detalles de pedidos, hasta que llegan al punto de recogida, lo que provoca cancelaciones por parte de ellos al identificar posibles rutas peligrosas, lo que ocasiona, quejas del usuario, malas calificaciones para el chofer y posibles bloqueos de cuenta.

Siguiendo esta línea, los choferes y repartidores no son empleados directos de las empresas que manejan las plataformas digitales, por consiguiente, no tienen todos los derechos laborales, ya que para estas no existe una relación patrono-empleado.

Por ende, hoy el Gobierno tiene en análisis proyectos de ley en los que se lucha por la regulación de las plataformas y los derechos de los choferes, tanto de reparto como de movilización de personas.

Adicionalmente se puede apreciar que las instituciones como el Consejo de Transporte Público, COSEVI y el Ministerio de Obras Públicas y Transporte, no han buscado junto con el

Gobierno, las soluciones para buscar una digitalización o renovación del servicio público de taxis por medio de la tecnología.

Por otra parte, se concluye que la tecnología, así como ha ayudado a solventar distintas necesidades a través de aplicaciones móviles, ha provocado un congestionamiento vial por el incremento de unidades automotoras que laboran con ellas; sin embargo, se observa que no existe aún en el país, una aplicación dedicada a la movilización de personas por medio de motocicletas, lo cual ayudaría considerablemente a disminuir las presas y contaminación, porque en Costa Rica se tienen varios modelos económicos de motos eléctricas e híbridas, los cuales la población puede adquirir más fácilmente.

Por otra parte, se concluye que entre los aspectos más relevantes y el motivo por el cual los ciudadanos eligen utilizar una plataforma de transporte doméstico sobre otros servicios, es por el tema de la seguridad, tanto física como económica. Además de que los usuarios buscan que los servicios que solicitan sean brindados por personas y empresas que estén comprometidas con la satisfacción del cliente, otorgando calidad y eficiencia en los mismos.

Se logra concluir que las aplicaciones ayudan en la logística de última milla de distintos negocios, a precios más accesibles con los que pueden repartir sus productos de una forma más efectiva y rápida. Lo que denota que las empresas tienen la posibilidad de suplir las necesidades de una forma más simple, fácil y económica para sus negocios.

Se concluye, que los usuarios y colaboradores buscan aplicaciones donde puedan acceder de manera sencilla y a través de diferentes canales, no solo por medio de un teléfono móvil, donde el uso y descarga de la plataforma como tal no requiera de programas adicionales.

Finalmente, el impacto que han generado las aplicaciones en el país ha sido en su mayoría beneficiosas, otorgando nuevas formas de comercialización, digitalización, optimización de recursos, empleo, economía, acceso, eficiencia y servicio de calidad. Han sido agentes de cambio en la comercialización, dando un impulso en conjunto con la tecnología, tratando de ampliar el abanico de opciones, con tal de brindar cada vez más comodidad a los usuarios. Las plataformas

representan la modernidad de nuestra actualidad en las que cada vez la era digital se apodera del día a día en la economía.

Recomendaciones de la investigación

Se recomienda a las empresas creadoras de plataformas, que otorguen más beneficios para los socios conductores y reduzcan las tasas de porcentaje de comisión hacia los comercios afiliados. Donde las empresas que administran las aplicaciones puedan realizar un estudio o valoración, para buscar un porcentaje adecuado de comisión, donde todos los sectores se vean beneficiados, con el fin de brindar más ganancias a estos negocios, y su vez a los socios conductores, ya que ellos (la empresa creadora) participan como intermediarios, como bien lo mencionan en las páginas web.

Asimismo, buscar mejoras y actualizaciones de las aplicaciones, tomando en cuenta las necesidades de los trabajadores, esto enfocado principalmente en la seguridad en información personal e integridad física, por medio de una guía o mejora en la plataforma, donde otorgue detalles específicos de lugares de entrega, con el propósito de beneficiar y hacer sentir seguros a los socios conductores y repartidores, ya que son ellos quienes los impulsan en el crecimiento de las ganancias de las empresas creadoras.

De igual forma, las empresas deben brindar una protección a los socios en cuanto a derechos laborales se refiere, por lo tanto, se les insta a buscar junto con el Estado, una forma de hacer esto posible. Haciendo presión para que los proyectos de ley que se encuentran actualmente en discusión y análisis por la Asamblea Legislativa, lleguen a tener una aprobación, en donde se vean beneficiados todos los sectores envueltos en este fenómeno de movilidad y reparto.

Por otra parte, es importante que tanto las empresas creadoras como los comercios afiliados a las plataformas de reparto, mejoren los tiempos de espera, ya sea en la solución de algún problema con la aplicación, es decir dando soporte algún socio, o bien en la elaboración o preparación de los pedidos solicitados. De forma que estas plataformas requerirán de mejoras para poder implementar agilidad en tiempos, además de contratación de personal para solventar dichas necesidades, con el

fin de que el usuario, quien es el cliente final, se vea satisfecho con el servicio y no tenga queja alguna.

Se les insta a las empresas creadoras de plataformas, tener un control de precios y tarifas, esto por medio de la aplicación, contemplando los de la competencia, para fomentar un mayor control económico y lograr incrementar el uso de las mismas en la sociedad costarricense. Además a los comercios afiliados se les recomienda, hacer un estudio y valoración de los precios de los productos ofrecidos por medio de la plataforma, con el fin de que puedan obtener mayores ganancias y a su vez conocer aquellos alimentos o bienes que son más solicitados por la población.

Además, es vital para los socios conductores y repartidores, mejorar los servicios de calidad para incrementar la solicitud de pedidos y así los usuarios, puedan elegir la plataforma que mejor se adapte a sus finanzas. Las personas dedicadas a ofrecer el servicio de movilidad o de reparto, deberán de dar un trato amable, contar con una unidad adecuada, y a su vez tener un acercamiento idóneo por medio de la “app” con el cliente, a fin de que reciban una buena calificación, tengan mayor reconocimiento e incrementen sus ganancias, donde al final todas las partes se vean beneficiadas.

También se les aconseja a los usuarios, hacer uso correcto de las aplicaciones y otorgar calificaciones asertivas a los conductores, además de reportar las incidencias ocurridas para evitar malos tratos. Con el fin de que toda persona que labora por medio de esta modalidad tecnológica, sea calificada correctamente y obtenga ya sea un beneficio por su buen servicio, o bien el bloqueo de su cuenta por brindarlo de manera poco eficiente.

Por otro lado, se les recomienda a las empresas creadoras de plataformas, crear más canales de acceso, es decir, que los usuarios y colaboradores puedan solicitar productos o afiliarse por medio de páginas web, donde puedan utilizar no solo celulares, sino además otros dispositivos electrónicos. Y a su vez, brindar instructivos de uso de la plataforma para aquella parte de la sociedad que tiene poco conocimiento con el internet, para que estos también tengan la posibilidad de suplir sus necesidades a través de dichas aplicaciones.

Adicional, se les hace un llamado a dichas plataformas en expandirse hacia las zonas rurales del país, para que las empresas puedan tener una alternativa de distribuir sus productos por medio de estas y llegar a competir en el mercado. Donde además, se podría generar mayor empleo e ingresos significativos a una parte de la población.

Instituciones como el COSEVI, CTP y MOPT, se les recomienda, idear un plan de aplicación móvil para el servicio público de taxi, donde logren digitalizar e innovar al mismo ya sea con la eliminación del taxímetro, o bien buscar una reforma a la ley junto con el Gobierno, para que este sector pueda competir con las plataformas ya establecidas en el país.

En cuanto a los socios, se les hace hincapié para que opten por unidades con energía limpia, es decir, automóviles y motocicletas, híbridos o eléctricos, que ayuden a minimizar la contaminación ambiental y sónica del país.

Y por parte de las empresas, se les hacen la acotación de otorgar posibilidades de financiamiento en conjunto con agencias de unidades de energías limpias para los socios con más tiempo en la plataforma y mejores rendimientos económicos, para lograr que de esta forma, tenga la posibilidad de adquirir un vehículo ECO y un servicio más limpio.

Ahora bien, a las pequeñas empresas y negocios en general, se les insta a ser partícipes de las plataformas digitales para llegar a lograr un mayor impacto en el mercado y generar un incremento de utilidades, digitalizando sus procesos y disminuyendo sus costos, utilizando la logística de última milla, por medio de dichas aplicaciones tecnológicas.

A la Unión de Taxistas y concesionarios de placas se les propone que ofrezcan un mejor servicio para poder apalancar las pérdidas económicas que han sufrido con la llegada de las aplicaciones o unirse a la era digital y luchar por su legalización.

Se hace la recomendación a las personas profesionales de la carrera de comercio internacional, para que busquen y apoyen la innovación de plataformas de transporte doméstico y

también a nivel internacional, ya que puede ser una excelente alternativa para el comercio entre países y transportistas.

Para finalizar, se pide a futuros investigadores, estudiar sobre los cambios tecnológicos que se viven actualmente, para que logren hacerse partícipes de la digitalización y busquen ideas innovadoras para el desarrollo y crecimiento económico del país.

CAPÍTULO VI: PROPUESTA

Descripción

La propuesta de esta investigación será desarrollar una mejora en las plataformas de transporte doméstico de reparto, en la que se beneficie a usuarios y socios repartidores, además de las empresas creadoras de las aplicaciones. Este avance va dirigido a las compañías que se encuentran activas con operaciones en Costa Rica, mencionadas a lo largo de este trabajo y que deseen o estén dispuestas a innovarlas, con el fin de lograr mayor seguridad y ganancias económicas.

Por lo tanto, es importante desarrollar una idea que busque dar mayor seguridad a los socios conductores y a los repartidores de las diferentes aplicaciones, ya que al día de hoy, ninguna plataforma brinda detalles de pedidos o referencias de lugares de destino antes de que el chofer acepte o llegue al local u comercio, es decir, lo único que pueden observar es la zona de recogida del producto, no hacia dónde se deben de dirigir. Además, la plataforma no hace una correcta asignación de los encargos solicitados por los clientes.

Lo que conlleva a la inseguridad, ya que al no saber el lugar de destino, los socios deciden no realizar el viaje, solo cuando llegan al punto de recogida, la aplicación les da el detalle del destino final y muchos de los conductores deciden cancelar al observar zonas pocos seguras, por ende, se ven afectados por el tiempo que tuvieron que invertir hasta llegar el punto de recogida, como también en la calificación dada por el usuario. Además, los repartidores tampoco pueden ver en las plataformas, los detalles sobre lo que debe recoger en el restaurante o comercio, lo que dificulta saber si podrán o no llevar a cabo el viaje debido a la cantidad de productos.

Anudado a lo anterior, la plataforma en ocasiones no realiza una correcta distribución o colación de pedido, es decir, algunos pedidos mayores a diez artículos son otorgados a repartidores que utilizan bicicletas o motocicletas, lo que hace que sea complicado su transporte, siendo lo correcto asignarlo a mensajeros que utilicen un automóvil como medio para repartir u recoger. Los

choferes se ven en una situación desfavorable, ya que si aceptan el pedido, se exponen a un posible accidente debido al peso e incomodidad.

Por otro lado, los repartidores a veces deben esperar más en los comercios y restaurantes, lo cual la aplicación no les reconoce monetariamente y con lo cual, el cliente al final, por la larga espera, a quien califica con puntuaciones bajas es al mensajero, cuando este no ha tenido el control del pedido, sino que ha sido el local. Además, en los casos cuando el chofer debe realizar las compras por sí mismo, ejemplo en el supermercado, ese tiempo que toma para buscar los productos, tampoco se les paga.

Objetivos

Objetivo general

Desarrollar una propuesta de mejora en las aplicaciones de transporte doméstico de reparto de alimentos y bienes.

Objetivos específicos

Considerar detalles específicos en la aplicación a fin de que el socio repartidor pueda obtener datos más concretos para satisfacer la necesidad del cliente.

Proponer un incentivo a los socios de las aplicaciones que brindan el servicio de reparto cuando hay un exceso de tiempo de espera en algún comercio.

Perspectiva teórica

Desde el año 2015 hasta hoy, se encuentran en Costa Rica herramientas tecnológicas para el transporte doméstico, conocidas como “apps”, las cuales son aplicaciones o plataformas digitales que se pueden descargar en celulares, computadores o tabletas y que se usan para solicitar

diferentes servicios, de movilidad de personas como el poder encargar pedidos en restaurantes, negocios o bien, el envío de algún paquete o producto.

Estas aplicaciones son dadas por empresas, es decir, compañías creadoras de las aplicaciones, en este caso las mencionadas a lo largo del estudio como Uber, DiDi, Boon, OMNi, las cuales están dedicadas a brindar el servicio de movilidad de personas de un lugar a otro. Uber Eats, Glovo, Rappi y Moovin son las que otorgan el servicio de reparto o logística de última milla, que se encargan de la entrega o envío, de productos y bienes de restaurantes, comercios, farmacias, supermercados, pequeñas empresas y demás.

Por lo tanto, en este fenómeno tecnológico están envueltos cuatro importantes grupos que se relacionan entre sí, la empresa de la plataforma, el local u comercio que se afilia a una aplicación para ofertar sus productos, el repartidor que es quien se encarga de brindar el servicio de entrega o envío de alimentos, bienes o algún artículo en especial, todo por medio de la app, en el cual, dicho servicio es solicitado por un usuario, persona que requiere cubrir alguna necesidad y hace uso de la herramienta digital de su preferencia.

Existe entonces un punto de recogida, lugar al que debe dirigirse el socio conductor o repartidor para recoger el producto pedido por el usuario en algún restaurante o comercio y el punto de llegada, que es la zona a la cual debe dirigirse el mensajero, una vez tenga a disposición el producto. Con esto se ha visto la problemática de que las aplicaciones no brindan el detalle del destino de llegada al chofer antes de que este llegué al punto de recogida, es decir, hasta que los alimentos u compras se le sean entregados al socio en el local, el podrá conocer el recorrido y destino final, antes no.

De igual forma, hasta que el socio repartidor acepta el pedido que la aplicación le asigna, puede observar el desglose de productos que debe de recoger o bien comprar, cuando se trata de supermercados y en ocasiones, la plataforma asigna pedidos de gran cantidad de artículos a mensajeros que no tienen la capacidad para llevarlo o incluso, puede ser peligroso para ellos al momento de conducir por el peso e incomodidad que pueden provocar.

Propuesta

Se propone lo siguiente, de acuerdo con el primer objetivo específico planteado anteriormente que se basa en considerar los detalles específicos en las distintas aplicaciones de reparto, a fin de que el socio repartidor pueda obtener datos más concretos dando un servicio de calidad y logrando la satisfacción del cliente.

- La empresa de plataforma deberá de crear una actualización en la aplicación, tanto para los sistemas operativos de celulares y tabletas Android como iOS, además de las versiones web que tenga disponibles. Esta actualización deberá de lograr una mejora en la asignación de pedidos, así como opciones de vista para el repartidor.
- Se propone que el socio conductor reciba una alerta de pedido o viaje por medio de la app donde pueda verificar la dirección de entrega antes de aceptar, ya que hoy solo pueden ver el lugar de destino hasta que recolecten el pedido en el restaurante o comercio, afectando que no puedan asegurarse si es un recorrido peligroso o no.
- Además, una vez la aplicación muestre el detalle del lugar de destino, la aplicación debe de dar la opción al conductor de aceptar, rechazar o bien, reasignar a otro conductor sin que esto lo perjudique económicamente o en su calificación. En el que cuente con 60 segundos para ver los datos y proceder a tomar una decisión.
- La actualización de la aplicación, además deberá brindar una solución en el algoritmo de reparto de viajes o pedidos entre los conductores, ya que al rechazar muchos viajes, el algoritmo cambia y la aplicación no le ofrece viajes en un cierto periodo, hasta que el chofer se comunique con la plataforma.
- También, la plataforma deberá tener la opción para el usuario, de elegir el transporte que más se adapte a lo que solicitan, en el caso de pedidos que superen la capacidad de carga por parte de los repartidores que viajan en bicicletas y motocicletas, con el fin de que no ocasionar demoras, problemas de tránsito y cancelaciones.

- En caso de que la aplicación asigne un pedido que supere la capacidad de traslado de los repartidores que usan bicicletas o motos, que el socio tenga la opción de reasignar el pedido y que sea de forma ágil. Hoy algunas aplicaciones permiten la reasignación, pero deben esperar hasta 20 minutos para una resolución.

Ahora bien, con referencia al segundo objetivo específico, el cual, su fin es proponer un incentivo económico a los socios repartidores cuando hay un exceso de tiempo de espera en restaurantes o comercios, al igual que cuando deben de realizar ellos mismos las compras de los productos, como en el caso de los supermercados, se establecen los siguientes puntos a considerar:

- La aplicación tiene hoy habilitado para los comercios afiliados, la opción de detallar la hora de recolección prevista y el tiempo asignado para la preparación del pedido; sin embargo, estos tiempos en ocasiones no se cumplen, por ende, se requiere de una innovación en la plataforma, cuando pasado el tiempo estipulado por el restaurante o negocio, la app automáticamente le cobre al comercio por minuto de espera una tarifa de ¢50 colones, la cual será otorgada al socio repartidor.
- A su vez, para hacer un cruce entre repartidor-comercio, la aplicación debe actualizar automáticamente cuando el mensajero llegue al lugar de recogida a la hora establecida por el restaurante, en caso de que el pedido no esté listo a la hora indicada, empiece a correr el tiempo de espera y cobro.
- Si el repartidor llega antes al punto de recogida y el pedido ya está listo, la aplicación no deberá realizar ningún cobro al comercio afiliado.
- En la actualidad, el socio repartidor puede calificar al comercio y si el negocio tiene seguidamente malas calificaciones, se expone a cierre de cuentas; no obstante, al existir un cobro por más tiempo, exige al restaurante a llevar mejor control de la preparación de pedidos y de la eficiencia, para que el consumidor no se vea afectado, así como el mensajero.

- En el caso de que el repartidor deba realizar compras físicas en algún comercio, la aplicación debe brindar un incentivo económico por el tiempo empleado de dicho proceso. El monto por percibir por el mensajero dependerá de la plataforma, costo de pedido y cantidad de productos.

Referencias

- Aguilar, P. (2016). Diseño de una evaluación financiera a 5 años para la empresa de comercio electrónico “Taxi Digital” en la industria del transporte público de pasajeros en taxi en Costa Rica. (Tesis de Maestría). Universidad de Costa Rica. <http://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/74307/Trabajo%20Final%20de%20Graduaci%c3%b3n%20Maestria%202017%20UCR%20PADE%20VF.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Agüero, S. (2017) Plataformas y apps toman fuerza como opción de trabajo fijo. *La República*. <https://www.larepublica.net/noticia/plataformas-y-apps-toman-fuerza-como-opcion-de-trabajo-fijo>
- Arias, L. y Vásquez, Y. (2017). Uber: ¿Existe relación laboral entre los conductores que brindan el servicio de Uber y la empresa Uber? (Tesis Licenciatura) Universidad de Costa Rica. <https://iiij.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/bsk-pdf-manager/2017/09/Tesis.pdf>
- Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. (2019, 11 de setiembre) *Ley Reguladora de los Servicios de Transporte de Personas por medio de Plataformas Tecnológicas*. Expediente N.º 21587 (Proyecto de Ley) http://www.asamblea.go.cr/Centro_de_informacion/Consultas_SIL/SitePages/ConsultaProyectos.aspx
- Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. (2020, 11 de agosto) *Ley para la Regulación de las Comisiones Cobradas por las Plataformas Digitales de Servicios de Reparto*. Expediente N.º 22142 (Proyecto de Ley) http://www.asamblea.go.cr/Centro_de_informacion/Consultas_SIL/SitePages/ConsultaProyectos.aspx
- Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. (2019, 29 de agosto) *Ley de Protección de la Persona Trabajadora de Plataformas Digitales de Servicios, Mediante Adición de un*

Nuevo Capítulo XII al Título II del Código de Trabajo, Ley N.º 2 del 27 de Agosto de 1943 y sus Reformas. Expediente N.º 21567 (Proyecto de Ley)
http://www.asamblea.go.cr/Centro_de_informacion/Consultas_SIL/SitePages/ConsultaProyectos.aspx

Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. (2019, 22 de enero) *Reforma al Sistema de Transporte Remunerado de Personas y Regulación de las Empresas de Plataformas Tecnológicas de Transporte Expediente N.º 21228 (Proyecto de Ley)*
http://www.asamblea.go.cr/Centro_de_informacion/Consultas_SIL/SitePages/ConsultaProyectos.aspx

Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. (1999, 22 de diciembre) *Ley Reguladora del Servicio Público de Transporte Remunerado de Personas en Vehículos en la modalidad de Taxi N.º 7969.* Sistema Costarricense de Información Jurídica.
http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=41856

Birenbaum, A. (2019) Las plataformas digitales en el mundo del trabajo. *Cielo Laboral*.
http://www.cielolaboral.com/wpcontent/uploads/2019/09/birenbaum_noticias_cielo_n8_2019.pdf

Boon, A. (2019). Boon, la evolución del transporte colaborativo en Costa Rica.
<https://www.boonrides.com/blog/boon-es-la-evolucion-del-transporte-colaborativo-en-costa-rica>

Castillo, J. (2020) Desarrollo del Plan de Exportación para la Empresa Café Navarro [Tesina de Bachillerato en Comercio Internacional, Universidad Internacional de las Américas Costa Rica]

- Castro, J. (2019) DiDi comenzó a operar en Costa Rica desde la media noche. *La República*.
<https://www.larepublica.net/noticia/didi-comenzo-a-operar-en-costa-rica-desde-la-media-noche>
- Cifuentes, J., Penagos, M., Rodríguez, J. (2011) Conceptualización de Tecnología: Una perspectiva de la aproximación conceptual. (Tesis de Grado). Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia.
https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/830/TI_CifuentesAceroJhonathan_2011.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chavarro, I., García, E. (2013) Modelo Logístico de Transporte de Carga con Asignaciones Mono-Fuente a Multi-Destino Empleando Dinámica de Sistemas-Sector Transportador De Carga: Caso (Bogotá-Buenaventura). (Tesis de Grado). Universidad Libre, Colombia.
<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/9387/ModeloLogisticoTransporteCarga.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Comisión para Promover la Competencia. (2018). Regulación y competencia en el transporte remunerado de personas modalidad taxi y similares. Unidad Técnica de Apoyo.
https://www.coprocom.go.cr/publicaciones/estudios_mercado/ESTUDIO%20DE%20MERCADO%20DE%20TAXIS%20Y%20SIMILARES.pdf
- Coto, C. (2020) Uber envía carta abierta a Costa Rica. <https://www.uber.com/es-CR/newsroom/uber-envia-carta-abierta-a-costa-rica/>
- DiDi. (2020) Equipo de Gestión. <https://www.didiglobal.com/about-special/senior>
- DiDi. (2020) Didi global. <https://mexico.didiglobal.com/>
- Diez, S. (2015) La economía colaborativa: un nuevo modelo de consumo que requiere la atención de la política económica. (Trabajo de Grado). Universidad de Valladolid, España.

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/15665/TFG-E-141.pdf;jsessionid=E227DD169139CC9413BC59B6F92FE863?sequence=1>

Forbes. (2019) OMNi, la app que encontró una oportunidad de negocio en la movilidad. *Forbes Centroamérica*. <https://forbescentroamerica.com/2019/11/08/omni-la-app-que-encontro-una-oportunidad-de-negocio-en-la-movilidad/>

Galvis, F. (2018). Aplicaciones móviles para el transporte ¿Un responsable más en los accidentes de tránsito? Repositorio Institucional UPB. <https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/3576>

Gimeno, A. (2010) La Influencia de las Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y su Repercusión en las Estrategias Empresariales: la Banca Online y su Aplicación en las Cooperativas de Crédito. (Tesis Doctoral). Universidad de Valencia, España. <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/52170/alfonso.pdf>

Glovo. (2020) Preguntas Frecuentes. <https://glovers.glovoapp.com/cr/faq/>

Glovo. (2018) Política Privacidad y Protección de Datos. <https://glovoapp.com/en/legal/privacy>

Glovo. (2020) GlovoBusiness. <https://business.glovoapp.com/>

Google Play. (2020) Uber Eats para restaurantes. https://play.google.com/store/apps/details?id=com.uber.restaurants&hl=es_CR&gl=US

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de investigación. McGraw Hill.

Hernández, Y. y Galindo, S. (2016). Modelo de gestión del servicio de transporte Uber ¿Quién gana y quién pierde? *Espacios Públicos*. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/676/67650281008/html/index.html>

Maranto, M., González, M. (2015) Fuentes de Información.
<https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16700/LECT132.pdf>

Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones. (2017) Acceso y Uso de los Servicios de Telecomunicaciones en Costa Rica 2017.
<https://www.micit.go.cr/sites/default/files/acceso-y-uso-de-los-servicios-de-telecomunicaciones-en-costa-rica-2017.pdf>

Moovin. (2020) Políticas, Términos y Condiciones del Servicio Moovin.
<https://moovin.me/MoovinTerms/>

Moovin. (2020) Servicios para tu negocio. <https://moovin.me/>

Moya, A. (2017) Análisis de la movilidad de estudiantes y funcionarios hacia y en el campus central del Instituto Tecnológico de Costa Rica. (Tesis de Grado). Instituto Tecnológico de Costa Rica,
 Costa Rica.
https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/9360/analisis_movilidad_estudiantes_funcionarios_campus.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Navarro, K. y Ortiz, A. (2016). Evaluación de ventajas y desventajas de Uber frente al servicio de transporte taxi entre las calles 53 a 45 y las Av. Caracas y Séptima. (Trabajo de grado). Universidad Católica de Colombia, Colombia.
<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/8357/4/TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>

OMNi. (2020) Términos de uso de la plataforma- Cliente. <https://omni.cr/wp-content/uploads/2020/10/OMN1-Condicioness-generales-clientes-30-set-2020.pdf>

Pacheco, N., Pérez, M., Reyes, L., Tucto, R. y Villaverde, P. (2019). Impacto de la Economía Colaborativa en los Glover's del distrito de la Molina. (Trabajo de grado). Universidad San

Ignacio de Loyola, Perú.
http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9183/1/2019_Pacheco-Palomino.pdf

Perea, A. (2017) Ni tanto que queme al santo ni tan poco que no lo alumbre. Economía colaborativa: ¿evolución de mercado o competencia desleal? Una visión desde el análisis económico del derecho. Revistas Universidad Externado de Colombia. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/contexto/article/view/5288/6472>

Rapp, L. (2019) El trabajo en las plataformas digitales: estudio del caso Uber. (Trabajo de grado). Universidad de Valladolid, España. <https://core.ac.uk/download/pdf/225143575.pdf>

Rappi. (2020) <https://www.rappi.co.cr/>

Rappi. (2020) Términos y condiciones. <https://legal.rappi.com/costa-rica/terminos-y-condiciones-rappi-3/>

Rojas, P. (2019). La debacle de los taxistas: devuelven hasta 15 placas por semana. CRHoy. <https://www.crhoy.com/nacionales/la-debacle-de-los-taxistas-devuelven-hasta-15-placas-por-semana/>

Redondo, R. (2019) El libre mercado del transporte de personas en Costa Rica. *La República*. <https://www.larepublica.net/noticia/el-libre-mercado-del-transporte-de-personas-en-costa-rica#:~:text=La%20idea%20del%20libre%20mercado,de%20los%20bienes%20o%20servicios.>

Sáenz, V. (2018) Transporte internacional de mercancías. <https://www.sintesis.com/data/indices/9788491711698.pdf>

Significados.com (2019) Característica. <https://www.significados.com/caracteristica/>

Significados.com (2016) Efecto. <https://www.significados.com/efecto/>

Uber. (2020) Requisitos vehiculares. <https://www.uber.com/cr/es/drive/requirements/?city=san-jose>

Uber. (2020) Aspectos básicos sobre cómo conducir con la app de Uber. <https://www.uber.com/cr/es/drive/basics/>

Uber. (2020) ¿Cuántas ganancias pueden generar los Socios Conductores con la app de Uber? <https://www.uber.com/cr/es/drive/how-much-drivers-make/>

Uber. (2020) Uber ayuda. <https://help.uber.com/>

Uber. (2020) Términos y condiciones. <https://www.uber.com/legal/es/document/?name=general-terms-of-use&country=costa-rica&lang=es>

Uber. (2020) Guía de Uber Eats. <https://help.uber.com/es-ES/ubereats>

Apéndice

Apéndice A: Cuestionario utilizado en la investigación

Estimado entrevistado, mi nombre es Dayana María Gómez Guerrero, estudiante de la Universidad Internacional de las Américas, carné 144297, actualmente me encuentro realizando mi trabajo final de graduación, para optar por el grado académico de Bachiller en Comercio Internacional, bajo el título: Impacto de las plataformas digitales en el transporte doméstico dentro del periodo 2015-2020 en la Gran Área Metropolitana. Para lo cual le agradeceré su colaboración en llenar de modo claro y conciso lo que se le solicita en la presente entrevista, teniendo en cuenta que la información brindada en el mismo será de carácter confidencial y los datos se usarán exclusivamente para el análisis de la presente investigación.

1. ¿Cuáles son sus criterios sobre el servicio brindado mediante las plataformas digitales en el transporte doméstico (de personas, reparto de alimentos, bienes)?
2. ¿Cuáles características cree relevantes para que una plataforma digital de transporte doméstico tenga crecimiento en el mercado?
3. ¿Qué aspectos considera al momento de elegir una plataforma digital para algún servicio en específico referente al transporte doméstico (de personas, reparto de alimentos, bienes)?
4. ¿Cuáles diferencias cree usted que existan en el servicio de transporte doméstico brindado mediante una plataforma tecnológica a otro que no sea de esta modalidad?
5. ¿Cuáles modificaciones le realizaría usted a una plataforma digital para lograr ser más rentable?
6. Comente cuál ha sido su experiencia en la utilización de plataformas digitales de transporte doméstico en la GAM.
7. ¿Qué valores agregados cree usted le podría dar una plataforma logística a aquellas personas que brindan servicios de transporte doméstico sin el uso de una aplicación, en relación con las que lo hacen mediante la tecnología?
8. ¿Qué tipo de efectos considera usted que se han generado en la GAM desde la llegada de las plataformas digitales al país?

9. ¿Cuáles cree usted que son las razones principales para que vaya en aumento el uso de plataformas digitales en la GAM?
10. ¿Qué necesidades cree usted que tenga la población costarricense de la GAM para utilizar las plataformas digitales?
11. ¿De qué forma cree usted que la tecnología ha ayudado a la creación de nuevas plataformas digitales de transporte doméstico?
12. ¿Cuál cree usted que ha sido el cambio social en la población de la GAM a partir de la llegada de las plataformas digitales?
13. ¿Qué beneficios cree usted que ha obtenido la población de la GAM con el uso de plataformas digitales?
14. ¿Qué perjuicios cree usted que ha obtenido la población de la GAM con el uso de plataformas digitales?