



Universidad Nacional de Costa Rica
Facultad de Ciencias Sociales
Escuela de Economía

**“La incidencia de la implementación de la
economía colaborativa en el sector transporte
remunerado de personas de Costa Rica. El caso
UBER”**

Tesis de grado

Sustentantes:
Camila Garaizabal Alfaro

Campus Omar Dengo, Heredia

Abril, 2020



Universidad Nacional de Costa Rica

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela de Economía

“La incidencia de la implementación de la economía colaborativa en el sector transporte remunerado de personas de Costa Rica. El caso UBER”

Tesis de grado

Trabajo Final de Graduación sometido a consideración del Tribunal Examinador para optar por el grado de Licenciatura en Economía.

Sustentantes:

Camila Garaizabal Alfaro

Campus Omar Dengo, Heredia

Abril, 2020

I. Tribunal examinador:

Representante del Decanato de la Facultad de Ciencias Sociales.

Dra. Shirley Benavides Vindas, Directora de la Unidad Académica.

M.Sc. Carlos Arguedas Campos, Responsable Académico.

Dra. Ana Cristina Carmona Segnini, Lector.

MED. Maria Fernanda Vega Solano, Lector.

Bach. Camila Garaizabal Alfaro, Sustentante.

II. Índice de contenido

III. Índice de figuras	6
IV. Índice de Tablas.....	6
V. Índice de Gráficos.....	7
VI. Listado de siglas y acrónimos	8
VII. Dedicatoria.....	9
VIII. Agradecimientos.....	9
Introducción	10
Capítulo 1:.....	11
1.1 Antecedentes.....	11
1.2 Justificación y planeamiento del problema.	17
1.2.1 Delimitación espaciotemporal.....	18
1.2.2 Preguntas de la investigación	18
1.3 Objetivos de la investigación.....	19
1.3.1 Objetivo general	19
1.3.2 Objetivos específicos	19
Capítulo 2: Marco teórico	20
Capítulo 3: Metodología.....	27
3.1 Tipo de investigación y enfoque.....	27
3.2 Alcance.....	28
3.3 Universo de la investigación.....	28
3.3.1 Sujetos y fuentes de información	28
3.3.2 Población o Muestra, conjunto investigado u otros.	29
3.4 Técnicas e instrumentos de la investigación	29
3.5 Matriz Metodológica	31
Capítulo 4: Análisis	34
4.1 Características de la economía colaborativa en la estructura productiva de Costa Rica	34
4.2. Particularidades de Uber en el sector transporte remunerado de personas	44
4.2.1 Oferta del servicio	44
4.2.2 Análisis del consumidor.....	54
4.2.3 Análisis de los precios.....	60
4.3 Análisis de competencia	62
Capítulo 5: Conclusiones:	78

5.1 Conclusiones.....	78
5.2 Recomendaciones	80
Referencias:.....	82
Anexos:.....	85

III. Índice de figuras

Figura 1	Peso de las actividades económicas en Costa Rica según el Producto Interno Bruto.	34
Figura 2	Funciones de seguridad vigentes de Uber Costa Rica	45
Figura 3	Gama de servicios de Uber en Costa Rica	47
Figura 4	Flujograma del servicio de transporte colaborativo Uber	50
Figura 5	 Ley de oferta y demanda	61

IV. Índice de Tablas

Tabla 1	Modelos colaborativos en Costa Rica	16
Tabla 2	Diferencias entre el modelo tradicional y colaborativo	23
Tabla 3	Matriz metodológica	32
Tabla 4	Sección CIUU4 por actividad productiva en Costa Rica	35
Tabla 5	Cantidad de licencias emitidas por primera vez por tipo de licencia en Costa Rica	41
Tabla 6	Requisitos por tipo de servicio Uber en Costa Rica	47
Tabla 7	Calificación servicio Uber por tipo de servicio en Costa Rica.	49
Tabla 8	Edad y sexo de choferes del modelo colaborativo en Costa Rica.	51
Tabla 9	Propiedad del vehículo con el cual labora con Uber en Costa Rica	52
Tabla 10	Tabla comparativa del modelo de economía colaborativa con las con el modelo Uber Costa Rica	53
Tabla 11	Edad de los consumidores Uber en Costa Rica	55
Tabla 12	Fin principal por el cual los consumidores utilizan el servicio Uber en Costa Rica	57
Tabla 13	Percepción del precio por parte de los consumidores Uber en Costa Rica	59
Tabla 14	Comparación modelo colaborativo y tradicional en sector transporte de Costa Rica.	62
Tabla 15	Tarifas de impuesto a la propiedad de vehículos automotores, aeronaves y embarcaciones, 2020.	67
Tabla 16	Situación laboral antes de colaborar con Uber	69
Tabla 17	Calificación Uber y taxi por parte de consumidores en Costa Rica	72
Tabla 18	Problemas del sector taxista en Costa Rica	75
Tabla 19	Concepción de precios modelo colaborativo versus modelo tradicional en Costa Rica.	76

V. Índice de Gráficos

Gráfico 1	Distribución global de la población digital, enero 2020.	12
Gráfico 2	Ingresos por ámbitos de economía colaborativa en Europa en millones de euros, 2018.	14
Gráfico 3	Producto Interno Bruto de Costa Rica por subsector de servicios en términos constantes, 1991-2019.	36
Gráfico 4	Tasa interanual del sector transporte (H) del Producto Interno Bruto de Costa Rica 2010-2019.	38
Gráfico 5	Composición porcentual del Producto Interno Bruto del sector transporte de Costa Rica en términos constantes, 2010-2019.	39
Gráfico 6	Variación interanual del valor agregado del transporte de pasajeros por taxi de Costa Rica, 2009-2018.	40
Gráfico 7	Cantidad de licencias emitidas por primera vez por tipo de licencia en Costa Rica, 2006-2019.	42
Gráfico 8	Preferencia de tipo de servicio Uber en Costa Rica.	48
Gráfico 9	Sexo de los consumidores Uber en Costa Rica.	54
Gráfico 10	Frecuencia del uso del servicio Uber en Costa Rica.	56
Gráfico 11	Provincia de residencia de los consumidores Uber en Costa Rica.	58
Gráfico 12	Medio por el cual el consumidor conoció sobre Uber en Costa Rica.	60
Gráfico 13	Cantidad de choferes colaboradores que considera a Uber como su principal fuente de ingresos en Costa Rica.	68
Gráfico 14	Razón principal por la cual labora con Uber en Costa Rica.	70
Gráfico 15	Choferes que generan salario mínimo con Uber en Costa Rica.	71
Gráfico 16	Preferencia de servicio de transporte privado en Costa Rica.	73
Gráfico 17	Característica que más agrada al consumidor respecto a Uber en Costa Rica.	74

VI. Listado de siglas y acrónimos

ARESEP	Autoridad Reguladora de Transporte Público
BCCR	Banco Central de Costa Rica
CCSS	Caja Costarricense del Seguro Social
CIU	Clasificación Internacional Industrial Uniforme
COSEVI	Consejo de Seguridad Vial
MOPT	Ministerio de Obras Públicas y Transportes
RTV	Revisión Técnica Vehicular
SCIJ	Sistema Costarricense de Información Jurídica

VII. Dedicatoria

A Carol Alfaro Briceño, mi mamá, mi pilar, que es la que me ha impulsado incondicionalmente siempre. Todos mis logros son tuyos, hoy y siempre.

A Jose María Garaizabal, mi papá, mi inspiración desde el cielo.

VIII. Agradecimientos

A Carlos Arguedas, Ana Cristina Carmona y Maria Fernanda Vega por su guía, tiempo, paciencia y conocimiento durante este proceso. Tuve la dicha de tenerlos de profesores y también en este proceso de tesis, me llevo un muy buen recuerdo de ustedes de la Universidad Nacional.

A mi hermana Manuela Garaizabal, por confiar siempre en mí, sé que llegarás muy alto tú también.

Y sin dejar atrás a toda mi familia y amigos (Kiara incluida). En especial a Tita y Lore, gracias por ser parte de mi vida y permitirme ser parte de su orgullo.

Y, por último, pero no menos importante a Adrián Salazar, un apoyo incondicional a lo largo del proceso, recordándome siempre de lo que soy capaz.

Introducción

Los avances tecnológicos, la digitalización y la conectividad se han constituido en puentes para el surgimiento de nuevas propuestas económicas como una forma de enfrentar las graves crisis que afronta la sociedad. Una de esas soluciones innovadoras, es la economía colaborativa, la cual se diferencia de los esquemas tradicionales y clásicos, por el uso de plataformas virtuales y aplicaciones.

La forma práctica y efectiva en que los usuarios satisfacen sus necesidades a través de esta modalidad económica, sin que medie una estructura física, bastando la interacción entre el proveedor de un servicio y un consumidor, a través de una aplicación, le ha otorgado un lugar importante y protagónico en el quehacer de las personas a nivel mundial.

El enfoque compartido o de colaboración se puede presentar en diferentes áreas de la cotidianidad, tales como salud, seguridad, limpieza, hospedaje, transporte, entre otras. No obstante, de su amplia difusión, existen vacíos regulatorios en las políticas de los países, que han hecho polémico este tema desde su surgimiento hasta la actualidad. Muchos gobiernos discuten los posibles marcos regulatorios para esta modalidad económica y Costa Rica no escapa de esta realidad y continúa realizando esfuerzos en este sentido.

En virtud de lo señalado y de cara a la importancia del desarrollo económico y sus implicaciones, se hace imperiosa la necesidad de realizar esfuerzos investigativos sobre el tema a fin de determinar la dinámica y alcance de la economía colaborativa en Costa Rica, lo que podría contribuir significativamente en la comprensión y análisis de sus características y dimensiones, por otra parte servir de referencia en la discusión de los aspectos regulatorios que correspondan a tales actividades para beneficio de todos y sin menoscabo o afectación de ningún sector o grupo.

Con el fin de contribuir al fortalecimiento del tema, es que se plantea esta investigación de carácter exploratorio con un enfoque de tipo descriptivo-explicativo para analizar la economía colaborativa en la estructura productiva de Costa Rica y establecer su incidencia, a partir del estudio de caso de Uber, sobre el sector transporte específicamente.

El trabajo se encuentra estructurado en cinco capítulos. El primer capítulo donde se delimita el tema, se plantea la problemática, antecedentes del estudio, justificación y los objetivos tanto general como específicos. El segundo corresponde al marco teórico, y se desarrollan los principales conceptos relativos a las variables e indicadores objeto del estudio. El tercer capítulo corresponde a la metodología y describe el tipo de investigación, la población, muestra, instrumentos de recolección de datos y la matriz metodológica. El cuarto capítulo se refiere al análisis e interpretación de los resultados y por último las conclusiones y recomendaciones según el estudio realizado.

Capítulo 1:

1.1 Antecedentes.

La Crisis financiera global del 2008, a raíz del colapso de la burbuja inmobiliaria en Estados Unidos afectó la economía mundial a tal punto que se cuestionó el funcionamiento de los mercados. Stiglitz (2012) señaló que los mercados no estaban funcionando adecuadamente y que su inestabilidad quedó expuesta luego de la mencionada crisis debido a que el sistema político no logró corregir los fallos de mercado. Como consecuencia de esta insuficiencia en los sistemas, se abre espacio a un fenómeno de solidaridad social con el fin de reinventar el modelo económico, entre el mercado y el no mercado, que no es más que la economía colaborativa. Esta propone un cambio en el patrón de consumo y propiedad, dejando atrás el hiper consumismo, crédito y el individualismo para fomentar el “compartir” con el fin de optimizar el uso de los recursos. Este nuevo mercado responde a las nuevas expectativas y necesidades de la sociedad.

Según García (2019), en sus comienzos el concepto de economía colaborativa no estaba ligado a una contraprestación económica, se trataba más bien de un intercambio o una acción realizada de forma altruista. En esta economía colaborativa, el intercambio de bienes o servicios entre individuos se realiza a cambio de una compensación pactada entre las partes, no necesariamente monetaria. De esta forma la economía colaborativa evolucionó con el tiempo, fortaleciéndose y consolidándose ante el fracaso de los sistemas económicos.

No obstante, hay otro factor importante que impulsó la economía colaborativa y fue el hiper consumismo. Nielsen (2009), menciona que en Estados Unidos y el Reino Unido, una persona promedio se deshace de su aparato celular en 18 meses, aun cuando éste podría durarle 10 años. Estos mismos países en el año 2014, el promedio de hogares tenía más televisores que personas. Con base a lo anterior, es importante señalar como la mayoría de los individuos tienen una variedad de bienes, los cuales son utilizados temporalmente y podrían ser usados por otras personas que tengan la misma necesidad.

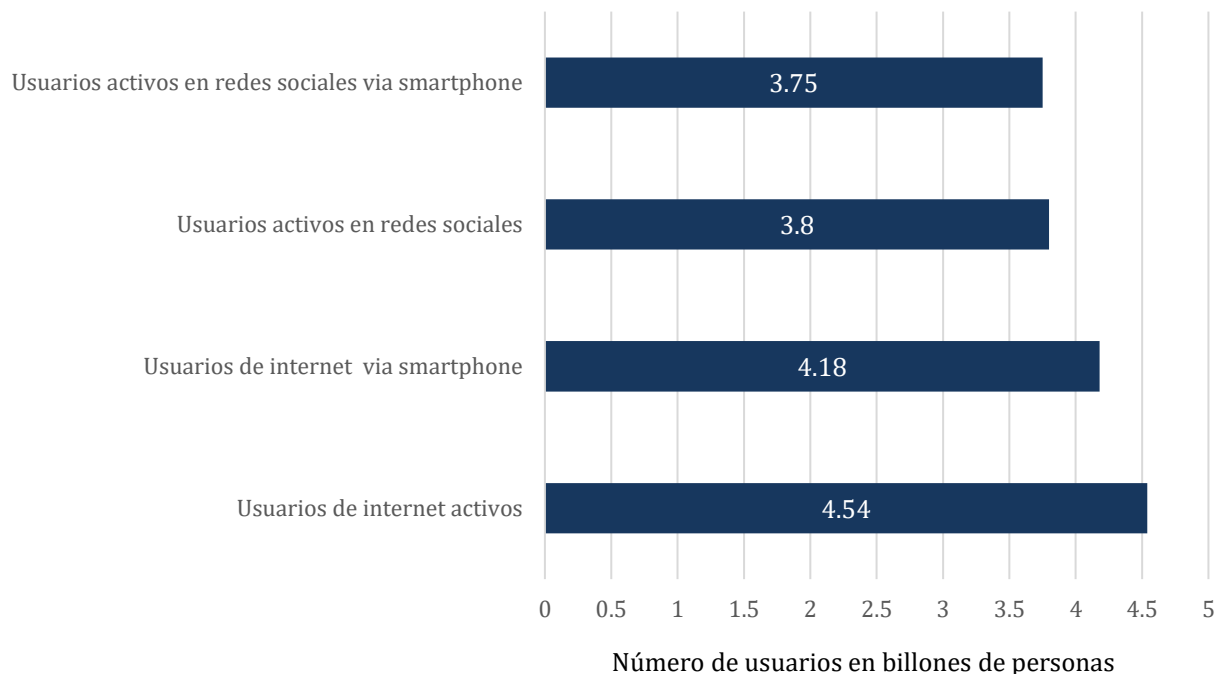
Con lo anterior mencionado, la utilización temporal de bienes es precisamente la que permite que se aproveche la economía colaborativa ya que su base es tomar estas capacidades inactivas y redistribuirlas en otra parte; lo cual, es sumamente posible y relativamente fácil en la actualidad con las nuevas tecnologías, plataformas digitales y redes sociales. Estas representan nuevas formas de intercambio creando un mercado de bienes y servicios de uso temporal.

Botsman & Rogers (2012), impulsores de este nuevo modelo, describen la economía colaborativa como una opción buena, conveniente, segura y menos costosa. Las plataformas “*peer to peer*” dan paso a un sistema descentralizado con comunidades transparentes que permite crear relaciones de confianza entre personas. De esta forma estos autores señalan que lo que cambia en las personas es la forma en que consumen y qué consumen, por lo que la economía colaborativa no debería definirse como anti-producto o anti-consumidor.

Durante los últimos años como producto del internet y de la revolución tecnológica, se han creado entornos puramente digitalizados, donde cada día se depende más de un teléfono inteligente o “smartphone” abriéndole la puerta a este tipo de economía; conectando los sistemas productivos con la sociedad. Como se puede observar en el Gráfico 1.

Gráfico 1

Distribución global de la población digital, enero 2020.



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Statista, 2020

El gráfico anterior muestra como se visualiza el gran acceso que tienen las personas a redes e internet basado en teléfonos inteligentes a través de la digitalización. Mediante la utilización del internet y smartphone nuevos negocios ponen en contacto a clientes y proveedores con el fin de realizar intercambios o interacciones sobre actividades humanas cotidianas, cubriendo diversidad de necesidades, mediante economía colaborativa.

Las redes sociales han tenido un papel fundamental en esta economía, ya que la han impulsado en forma determinante, aplicando los principios colaborativos a los aspectos físicos de la vida diaria. Desde espacios de trabajo “*coworking*” hasta diferentes maneras de compartir el transporte como Uber. Un número que cada vez mayor de “*Millenials*”, ha crecido con el consumo colaborativo. Y representa una generación que le ha dado fuerza a esta economía, pero no es la única que la utiliza. Al respecto Botsman y Rogers (2012), afirman que, para participar en el consumo colaborativo, no es necesario ser un experto en tecnología y que existen diversas maneras de participar, siendo parte ya sea de la oferta o de

la demanda. El elemento invariable y determinante lo representan las plataformas digitales, que son la clave de esta economía.

Los primeros emprendimientos colaborativos nacieron en Silicon Valley, Barcelona, Tel Aviv, Singapur, París, Barcelona, entre otras. Actualmente existen un sinnúmero de empresas dentro de este nuevo modelo colaborativo. Entre los más destacados se cuenta con Airbnb (alojamiento), Uber (transporte), Glovo y Rappi (transporte y mensajería). Espinoza (2019) reafirma que, a nivel mundial, esta economía ha enfocado su inversión fundamentalmente en transporte y alojamiento.

Airbnb es una de las plataformas colaborativas más grandes y exitosas del mundo en el sector alojamiento para encontrar espacios y experiencias con anfitriones locales. Ya que para 2016 según Economistas (2016) se sitúa a Airbnb en primer lugar de este sector con un valor aproximadamente de veinticinco millones de dólares. Esta plataforma brinda un importante apoyo para convertir sus espacios en una forma de generar dinero en el sector de alojamiento. Esta actividad, contribuye a la independencia económica y beneficios del turismo de los emprendedores afiliados.

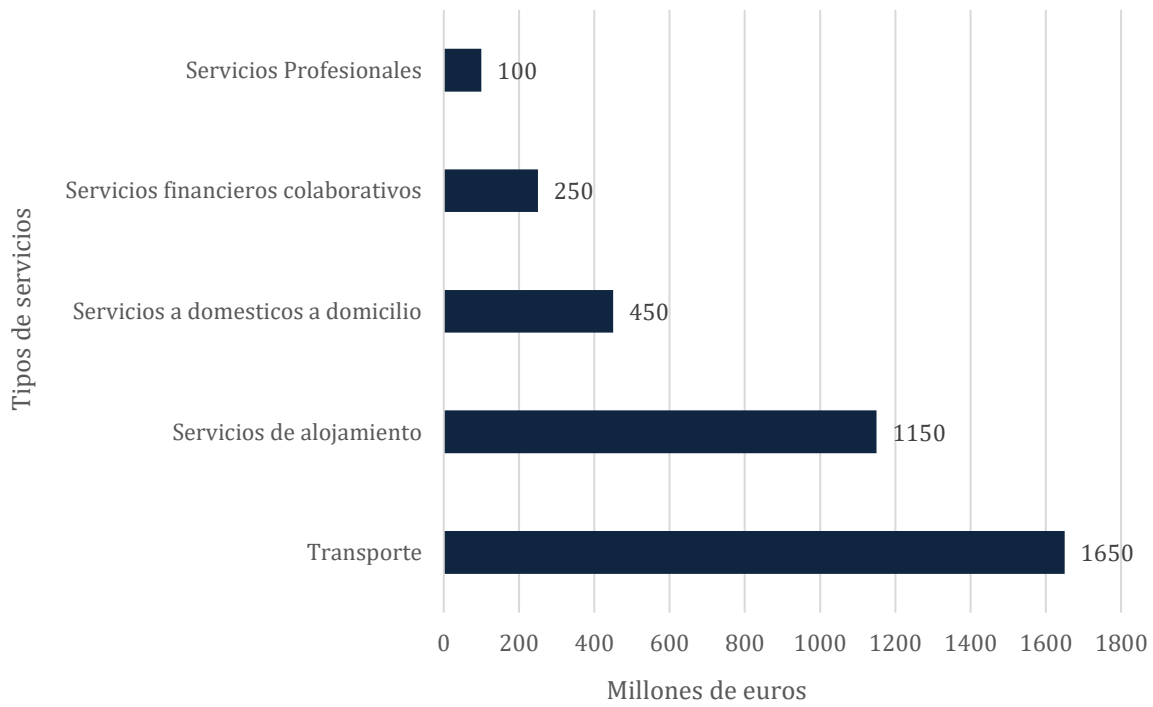
Según la información desplegada en sus redes sociales, Airbnb (2020), cuenta con más de siete millones de alojamientos y cincuenta mil experiencias en doscientos veinte países y regiones. Está disponible en 62 idiomas y posee una red de personas la cual ha registrado setecientos cincuenta millones de huéspedes. Los fundadores de Airbnb fueron Brian Chesky, Joe Gebbia y Nathan Blecharczyk en el 2008 con sede en San Francisco, y aunque iniciaron básicamente con alquiler de habitaciones, para marzo del 2009 inician con reservaciones de apartamentos, casas y alquileres vacacionales y consolida su nombre finalmente como la plataforma Airbnb.

Otro emprendimiento colaborativo importante es Glovo, el cual es una aplicación de transporte y mensajería, que cuenta con repartidores independientes conectados a la plataforma. En sus redes sociales Glovo (2020), describen sus repartidores son personas que disponen de tiempo libre, transporte y smartphone propio que buscan sacarle el máximo rendimiento ayudando a los individuos afiliados a la plataforma a resolver sus gestiones rápido y eficazmente.

En lo que respecta al sector transporte, la economía colaborativa ha tenido un gran impacto, como se evidencia en el número de ingresos obtenidos como se puede ver en el gráfico 2. Al respecto Beltran (2018) señala que en términos de valor de mercado la compañía más destacada en este sector es Uber con un valor de catorce billones de dólares para 2019.

Gráfico 2

Ingresos por ámbitos de economía colaborativa en Europa en millones de euros, 2018.



Fuente: Elaboración propia con datos de Statista, 2017.

Antes de Uber el transporte de pasajeros particulares estaba concentrado prácticamente en los taxistas, no obstante, su servicio como plantea Moon (2015) se describe de baja calidad, con errores en taxímetros o dispositivos similares y muy cuestionados por los pasajeros en términos de seguridad. En muchos países y específicamente en Nueva York, los taxis eran un monopolio bastante establecido los cuales poseían la mayoría de las placas en circulación, inclusive se utilizaban estas licencias como medio de inversión, ya que pasaban a ser alquiladas a conductores que quisieran trabajar como taxistas.

En este orden de ideas, cabe resaltar que la plataforma Uber se crea en 2009 por Travis Kalanick y Garret Camp, pero no es hasta el 2010 donde inicia con su primer viaje en San Francisco, lugar donde se encuentra su sede. En el año siguiente lanzan operaciones internacionalmente y continúa funcionando como lo hace en la actualidad, donde en sus redes sociales, se describe de la siguiente manera:

“Además de brindar a los usuarios la posibilidad de ir de un lado a otro, trabajamos enfocados en el futuro con tecnología de vehículos autónomos y transporte aéreo urbano, brindamos opciones para pedir comida a domicilio de manera rápida y económica, eliminamos obstáculos en el cuidado de la salud, creamos nuevas soluciones para reservar

el transporte de cargas y ayudamos a las empresas a ofrecer viajes de negocios de manera sencilla”. (Uber, 2020, Sitio Web)

Uber permite que personas independientes con sus propios vehículos puedan compartir y brindar servicios de transporte sin necesidad de ser profesionales universitarios. Uber no es una aplicación de taxi, sino una empresa de tecnología basada en el modelo colaborativo mediante su plataforma tecnológica facilita, que conductores privados o socios colaboradores de la empresa encuentren personas, que necesitan viajes seguros y confiables. El usuario conecta con un conductor privado o colaborador, quien lo lleva al destino requerido.

Más allá de las necesidades de las personas que satisface Uber, mediante principios colaborativos, los beneficios se extienden al área económica y ambiental, En este sentido Botsman y Rogers (2012) argumentan que los usuarios diarios de automóvil han estimado una diferencia de \$600 cuando dejaron su auto por “*car-sharing*”. No solo se habla de costo, sino que cuando no hay un automóvil los individuos cuestionan si de verdad es necesario utilizarlo para el destino que se dirigen. Los individuos que comparten vehículos reducen el tráfico en un 44% y las emisiones de CO₂ se reducen hasta un 50 %por usuario.

Uber ha tenido diferentes servicios de transporte en algunos países como Estados Unidos, como lo es “*Uberpool*”. Esta consiste en una nueva opción donde las personas que se dirigen a la misma dirección pueden compartir un Uber y de esta manera contribuir a disminuir las calles congestionadas y las emisiones.

Según las cifras de Uber (2020), para el año 2015, con tan solo cinco años de operación, esta plataforma había completado un billón de viajes realizados, cinco billones para el año 2017 y diez billones para el año 2018. Actualmente, Uber está presente en sesenta y tres países y registra en promedio catorce millones de viajes por día. Este gran éxito como aplicación basada en el modelo colaborativo impulsó más empresas de consumo colaborativo en el sector transporte, entre las que destacan a GoGet, RelayRides, Blablacar, Cabify, Lyft y Caber.

Como plantea Beltran (2018), este tipo de modelo ha arrasado en muchos países desarrollados, y lo está haciendo también en América Latina, principalmente por el nicho de edad; en estos países la media de edad es menor y como se mencionó anteriormente los “*Millenials*” son los que tienen mayor tendencia a utilizar estas aplicaciones. Otro punto importante por destacar es el menor nivel de renta en estos países latinoamericanos que ha impulsado a alimentar la demanda colaborativa. No está de más mencionar, cómo en estos países el mercado está menos estructurado y hay mayor presencia o peso del sector informal, debido a su menor desarrollo económico, por lo que también contribuye al crecimiento de modelos colaborativos.

Entre los sectores donde más operan estas iniciativas colaborativas, destacan los servicios a empresas con un 26% y el transporte con un 25%. En este sentido, y según el Fondo Multilateral de Inversiones & IE Business School (2016), Brasil es el país líder en economía colaborativa en Latinoamérica. Ahora bien, Costa Rica y según la gerencia general

de Uber (2018), es el país en Latinoamérica que más utiliza la aplicación, no obstante, es donde menos se han desarrollado estudios sobre este modelo de economía, por lo tanto, no cuenta con muchos antecedentes sobre el tema, ya que este es relativamente nuevo. Además de que cuenta con muy pocas empresas basadas en el modelo colaborativo en comparación con otros países.

La economía colaborativa en Costa Rica específicamente en lo que al sector transporte se refiere, inicia el 21 de agosto del 2015 con la plataforma Uber, y según Uber (2018) para el año 2018 contabilizaba 783 mil usuarios y 22 mil socios colaboradores, lo que ha venido aumentado considerablemente hasta llegar a 28.000 socios y más de 900.000 usuarios en el 2019.

En la tabla 1 se puede observar la presencia colaborativa en Costa Rica

Tabla 1

Modelos colaborativos en Costa Rica.

Tipo de actividad	Empresa	Web
Turismo colaborativo	Airbnb	www.airbnb.com
	Couch Surfing	www.coachsurfing.com
	Intermbiocasas	www.intecambiocasas.com
	HomeAway	www.homeaway.com
Transporte colaborativo	Uber	www.uber.com
Intercambios o redistribución con pago	Etsy	www.etsy.com
	OLX	www.olx.es
Educación	Busuu	www.busuu.com
	Miriada	www.miriadax.net
Entregas a domicilio	Hugo	https://hugoapp.com/
	Rappi	https://www.rappi.co.cr/
	Glovo	https://glovers.glovoapp.com/cr/

Fuente: Elaboración propia con datos Fondo Multilateral de Inversiones (2016) & Central América Data (2020)

Como se evidencia en la tabla 1, existen varios modelos colaborativos, en diversas áreas estratégicas para Costa Rica como el turismo, por ejemplo. Sin embargo, la más popular y utilizada es Uber, y algunas como Glovo y OLX, han ido consolidándose cada vez más.

Por ende, se muestra como Costa Rica posee presencia de este tipo de modelo colaborativo que sigue desarrollándose exponencialmente en todo el mundo como resultado de la globalización. En el escenario de la economía colaborativa en el país en el sentido más tradicional se ha limitado a empresas como Uber y Airbnb, por ser áreas fuertes y estratégicas.

1.2 Justificación y planeamiento del problema.

Costa Rica, ha venido desarrollando cambios en su estructura económica, donde pasa de una industria manufacturera y agrícola a una diversificación de la matriz productiva, donde el área de servicios toma fuerza y se consolida. Estos cambios requieren ser objeto de análisis, pues representan a su vez, grandes retos para el país.

En la economía actual, los servicios acaparan un gran porcentaje del Producto Interno Bruto del país. Según datos del Banco Central de Costa Rica (BCCR) en julio 2017 el sector servicios explicó un 70,5% de la actividad económica. Este crecimiento en los servicios se refleja también en la apertura de centros de servicio compartidos y de operaciones.

Desde el 2015, según el Banco Central de Costa Rica (2019) “el superávit en exportaciones netas de servicios superó el déficit comercial de bienes, consecuente con el cambio en la estructura productiva y exportadora del país” (p.5) . Con el crecimiento del sector terciario de la economía, se abren las puertas al nuevo mundo comercial; los esfuerzos de mercadeo, implementación de ideas a nuevos mercados y atracción de usuarios, están creciendo y siendo aceptadas por la sociedad actual, es de esta forma que se crea el nicho de mercado en el que se desarrollan las economías colaborativas. Este modelo está ingresando al país mediante el cambio en la estructura productiva, por lo que no se puede hablar de una economía con una base sólida, por el contrario, se puede decir que está en crecimiento y con un camino bastante amplio por el cual se ha ido consolidando de una forma positiva.

En efecto, Jiménez (2018), economista del Banco Central de Costa Rica señala que, en la actualidad, el sector terciario es el que impulsa la economía de Costa Rica, y que cada vez más industrias demandan mano de obra para diversas actividades económicas, pasando de un modelo de sustitución de importaciones o de especialización del sector primario, a un esquema de desarrollo globalizado, basado en el libre comercio y en la prestación de servicios.

En este sentido, es importante recalcar la fuerza que ha tomado este sector y la importancia de analizar su trayecto, así como su impacto en la economía nacional, ya que un porcentaje del sector terciario es abarcado por la economía colaborativa, mayoritariamente en el sector transporte, precisamente el área objeto de esta investigación.

Si bien es cierto, que el servicio de Uber como parte de la economía colaborativa, se presenta como un mecanismo dinamizante, que ofrece opciones de empleo y posibilidades de desarrollo a personas, su naturaleza completamente diferente a los servicios de transporte tradicional obliga a plantearse inquietudes sobre cómo establecer un marco regulatorio donde de alguna forma se complementen y no choquen estas dos ramas de servicio.

El auge del enfoque o modelo colaborativo en Costa Rica ya es un hecho, y específicamente en lo que respecta al servicio de transporte, resulta importante determinar la incidencia que ha tenido sobre el mismo y como debería reflejarse en los indicadores macros del país. Específicamente con el caso Uber, que funciona en Costa Rica desde 2015, aun no se concreta el marco regulatorio bajo la cual esta podría seguir operando y al respecto cabe restar que Costa Rica es el país latinoamericano que más usa dicha aplicación per cápita.

Estas consideraciones, justifican la necesidad de conocer en forma más amplia la incidencia de esta economía colaborativa en Costa Rica y su contraste con las formas tradicionales de servicio de transporte, por otra parte, conocer cómo funciona esta plataforma de servicio, no solo de cara a los documentos, fuentes y voces oficiales, sino en la voz de sus protagonistas como son los choferes como dispensadores del servicio y los clientes que demandan el mismo.

Por lo tanto, el problema de investigación para este trabajo será: ¿Cómo ha sido la incidencia de la implementación de la economía colaborativa en el sector transporte remunerado de personas de Costa Rica a partir de la entrada de Uber en el país?

1.2.1 Delimitación espaciotemporal

Esta investigación fue desarrollada geográficamente en Costa Rica. El proceso de revisión documental, diseño, validación y aplicación de instrumentos se realizó entre los años 2018 y 2019, y el año 2020 correspondió al análisis de los resultados y la presentación de estos.

1.2.2 Preguntas de la investigación

La investigación se plantea las siguientes preguntas:

¿Como ha cambiado el sector transportes con la implementación de la economía colaborativa a Costa Rica?

¿Cuáles son los aspectos determinantes de la oferta y la demanda del modelo de transporte UBER?

¿Cuál es el beneficio social en el país del desarrollo de la economía colaborativa en el transporte remunerado de las personas?

1.3 Objetivos de la investigación

En este capítulo se expresa el objetivo general y los específicos que resumen la finalidad con que se realiza la investigación.

1.3.1 Objetivo general

Analizar la incidencia de la implementación de la economía colaborativa en el sector transporte remunerado de personas de Costa Rica a partir de la entrada de Uber en el país.

1.3.2 Objetivos específicos

A continuación, se presentan, los objetivos específicos a través de los cuales se espera lograr el objetivo general y responder las preguntas planteadas en la investigación.

1. Describir las características de la economía colaborativa en la estructura productiva de Costa Rica.
2. Identificar las particularidades de Uber en el sector transporte remunerado de personas en el país.
3. Evidenciar la incidencia de la implementación de la economía colaborativa en el sector transporte remunerado costarricense.

Capítulo 2: Marco teórico

A continuación, se desarrolla el marco de referencia de la investigación, con los soportes teóricos y contextuales, así como los conceptos, teóricas, autores y enfoques relevantes en relación con las variables en estudio.

2.1 Marco de referencia

Existen innumerables fuentes y estudios sobre los fundamentos y principios de la economía colaborativa, teniendo más similitudes que diferencias; no obstante, existe una constante en todos los planteamientos, y es que existen determinados factores en el área social, política y tecnológica que deben confluir para que esta economía surja y se fortalezca.

Muchos autores atribuyen a Ray Algar, como precursor del concepto de la economía colaborativa alrededor del año 2007, no obstante, la popularización del término se logró entre otros investigadores y libros, por el de Rachel Botsman y Roo Rogers titulado "*What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*" en 2010, aunque ciertas características de este fenómeno económico se remontan a periodos más antiguos. Una de ellas es el trueque, ya que el intercambio en la economía colaborativa no tiene que ser necesariamente monetario. Ejemplo de ello es el intercambiar bienes que ya no se utilicen mediante una app o intercambiar un servicio por otro. Si un individuo es abogado y otro médico, estos pueden intercambiar sus servicios y colaborándose entre sí, sin necesidad que medie el dinero sino el trueque.

Esta investigación y en correspondencia con el desarrollo y logro de los objetivos planteados, tendrá como base referencial, el análisis estructural de Botsman y Rogers (2010), los cuales identifican cuatro principios fundamentales: la masa crítica, la capacidad de excedencia, la creencia en bienes comunes y la confianza entre extraños. Esto básicamente hace referencia o se traduce en un número creciente de personas o miembros que participan en red, que con la ayuda de la tecnología aprovechan al máximo, los potenciales recursos no utilizados, confiando en el valor de los intereses compartidos y confiando también en personas que no conocen.

2.2 Economía colaborativa

Para analizar la incidencia de la economía colaborativa en el sector transporte remunerado de personas en Costa Rica, se hace fundamental plantear y comprender diferentes teorías y conceptos elementales relacionados al problema de investigación. En este contexto, es importante definir el consumo colaborativo, considerado punto de partida de la economía colaborativa, y en el cual según Botsman y Rogers(2012), la colaboración es el eje de un intercambio que se realiza cara a cara, mediante el internet o en una combinación de antes.

La economía colaborativa como concepto sigue presentando múltiples definiciones, en diferentes contextos, por lo que resulta importante destacar lo que resume Botsman

(2012), como elementos clave para determinar si una empresa representa o no una economía colaborativa. En este sentido, la actividad principal de la empresa debe estar relacionada con la aportación de valor a activos sin utilizar, debe también manejar claramente valores que incluyan la transparencia, humanidad y autenticidad. Respecto a los proveedores del servicio, deben ser respetados y valorados, y las plataformas deben estar orientadas a mejorar su vida tanto económica como social. Por otra parte, los clientes deben tener la posibilidad de beneficiarse económicamente de la obtención más eficiente de bienes y servicios y, por último, el negocio debe constituirse mediante redes descentralizadas y crear en la sociedad un sentimiento de pertenencia, responsabilidad colectiva y beneficio mutuo.

Además, esta economía se caracteriza por estar estructurada en cuatro principios o pilares fundamentales los cuales son significativos para realizar un análisis y evidenciar de la incidencia de esta en la economía costarricense. Según, Rodríguez et al. (2018) entre ellos se encuentra la capacidad de maximización, que respecta a explorar, encontrar u obtener el máximo uso de un espacio, bien o recurso que se encuentren subutilizados. También, destaca la confianza y el uso de mecanismos de reputación, lo cual engloba la confianza y garantía que suministran las plataformas digitales tanto a quienes proveen el bien o servicio como a los que replantean los modelos económicos. A su vez, la desprofesionalización de los servicios ya que la tecnología y la presencia de algoritmos hoy en día son capaces de identificar diferentes variables de transacción lo cual permite que el intercambio de bienes y servicios en este modelo de economía no requiera que sean profesionales. Y, por último, la confianza y el uso de mecanismos de calificación o reputación, que conlleva a seguridad, garantía y confianza por parte de la plataforma colaborativa como para los usuarios que utilizan de esta.

2.2.1 Sistemas de consumo colaborativo

Botsman y Roger (2012) agrupan los sistemas de consumo colaborativo o las iniciativas de economía colaborativa en tres grandes grupos:

2.2.1.1 Sistemas basados en el producto:

En los sistemas basados en producto, se paga por el beneficio de utilizar un producto, sin la necesidad de adquirir el mismo como puede ser, por ejemplo, el alquiler vehículos o el servicio de alquiler de bicicletas a través de una plataforma. El sentido de propiedad privada adquiere un sentido diferente y sin necesidad de una contratación formal, se puede hacer uso de un bien, sin adquirir ningún derecho sobre el mismo. Al respecto Manzano y Vezzoli (2012), plantean que no se trata solo de vender productos físicos, sino un sistema de productos y servicios capaces de satisfacer las demandas específicas de un cliente. En este tipo de sistemas varios usuarios utilizan un mismo producto, en forma responsable mientras la propiedad de este está en manos de un tercero. Algunos ejemplos podrían ser ejemplos de ello, son el “*carsharing*” o el “*carpooling*”, como lo es Uber, o en el ámbito de la música, “*Spotify*”.

2.2.1.2 Sistemas basados en mercados de redistribución

En los sistemas basados en mercados de redistribución, se da una segunda oportunidad a un producto para optimizar su uso. Generalmente se trata de la redistribución de bienes usados o de segunda mano, los cuales son previamente adquiridos de donde ya no se necesitan hacia aquellos que si lo requieran.

2.2.1.3 Sistemas basados en estilos de vida colaborativos

Los sistemas basados en estilos de vida colaborativos, más allá del producto, se trata de que las personas compartan experiencias, proyectos, recursos, etc. Son consideradas economías comunales, donde se intercambian tanto bienes como servicios y conocimientos. Algunos ejemplos podrían ser las comunidades de viajeros con acogimiento internacional a sus miembros, del coworking, de experiencias como la Wikipedia, crowdfunding o los bancos de tiempo.

2.3 Modelo económico tradicional versus colaborativo

La economía colaborativa presenta claras diferencias con la economía tradicional principalmente por su innovación, baja exigencia de capital, no poseer regulación estatal ni intermediarios y su importante rentabilidad según su escala.

Rodríguez (2013), al respecto resalta la diferencia del modelo tradicional del libre mercado basado en una regulación económica, la cual se define como una serie de restricciones legales impuestas a los agentes debido a la existencia de fallos de mercado. No obstante, la regulación únicamente se justifica ante la existencia de fallos de mercado como consecuencia de externalidades, existencia de bienes públicos, falla de competencia, mercados incompletos y asimetrías de la información. Estas fallas de mercado son situaciones donde los mercados fallan en la eficiencia, lo que significa que este no está asignando por sí solo los recursos de una manera eficiente y, por ende, no conduce a la obtención de un óptimo de Pareto. Es decir, surgen por imperfecciones en el mercado que justifican la intervención de un ente regulador del Estado en la economía porque el mercado por sí solo mediante la ley de oferta y demanda no logra ser eficiente. En fin, el Estado interviene mediante regulaciones a las actividades económicas que presentan ineficiencias para corregir estas fallas de mercado.

En síntesis, podemos diferenciar el modelo colaborativo del tradicional en la siguiente tabla:

Tabla 2

Diferencias entre el modelo tradicional y colaborativo.

Economía tradicional	Economía colaborativa
Hiperconsumo	Consumo sostenible
Yo	Nosotros
Propiedad	Acceso
Global	Local
Centralización	Distribución
Competición	Colaboración
Compañía	Persona
Consumidor	Productor
Publicidad	Comunidad
Credito	Reputación
Dinero	Valor

Fuente: Elaboración propia con datos de Cañigueral, 2014

Como se observa en el cuadro anterior, son evidentes las diferencias entre ambos modelos y el concepto de colaboración, parece ser determinante y clave en estas diferencias. Es decir, representan esta realidad actual, que, con avances tecnológicos y modelos de negocio en constante renovación, obliga a la economía tradicional a desarrollar nuevos aportes para poder atender nichos de mercado que el cliente reclama.

2.4 Economía Colaborativa en el modelo de desarrollo actual

Crecimiento y desarrollo económico, se constituyen en los principales objetivos de las políticas económicas de cualquier país, muchas veces no como un fin en sí mismo sino como un medio para lograr el bienestar social. En este contexto, muy probablemente no sea suficiente evaluar el crecimiento económico por el número de transacciones económicas en un periodo determinado de tiempo, sino que harían falta, muchas más variables a considerar en el cuadro de variables macroeconómicas tradicional.

La economía colaborativa, de la mano de los avances tecnológicos y los cambios sociales que ello ha conllevado, se adapta en gran medida a esas oportunidades que la

sociedad demanda como el empoderamiento de sus individuos, el fortalecimiento de lazos de solidaridad y cuidar nuestro planeta.

La economía colaborativa, más allá de adaptarse a la flexibilidad y el dinamismo de los mercados digitales, abarca también diversidad de ámbitos ineludibles en el marco del desarrollo actual, como plantea Werlen (2018), desde las ciudades colaborativas, la educación, la movilidad, las prácticas colaborativas hasta los ecosistemas colaborativos. En la perspectiva de desarrollo actual, la calidad de vida y bienestar implican considerar una visión de los individuos como seres biopsicosociales que conforman parte de una sociedad con una cultura e historia.

En Latinoamérica, actualmente aproximadamente el 80% de la población vive en ciudades, y como señala Sawe (2018), el progresivo y rápido desplazamiento de esta a las ciudades, trae consigo diversos problemas, de contaminación, transporte, planeación urbanística, entre otros, todo lo que aunado a valor de lo comunitario culturalmente presente en dicha población, hacen que la economía colaborativa, encuentre un terreno fértil de trabajo porque ya donde múltiples estructuras de tipo comunitario y no priva el individualismo como en países desarrollados. El reto entonces, en ese contexto, es como lograr mejorar las condiciones de la población.

A continuación, se hace referencia a enfoques de economía que surgen precisamente de esa redefinición de los modelos tradicionales y a la luz de propuestas innovadoras como la colaborativa.

2.4.1 Economía de Bienestar

El modelo de desarrollo económico actual, no solo se define en términos de capacidad de ingresos para crear riqueza, involucra la distribución justa y equitativa de esos recursos, con el objetivo de beneficiar a las personas, al mismo tiempo cuidando el medio ambiente. El enfoque de esta economía se resume en el bienestar inclusivo, el desarrollo humano y la prosperidad.

La economía de bienestar implica la satisfacción de las necesidades del ser humano, tanto las básicas y elementales relacionadas con la supervivencia, como las secundarias relacionadas con la calidad de vida. En esta economía no solo se toma en cuenta a la especie humana, sino el resto de las especies y el sistema ecológico en general.

2.4.2 Economía de la innovación

La economía colaborativa va de la mano con la economía de la innovación a través de los llamados *on-demand services* o Servicios por encargo, los cuales son según Solorzano (2017), las plataformas que hacen coincidir las necesidades de los clientes con los proveedores para entregar inmediatamente bienes y servicios, como lo es el caso de Uber.

Gracias a los “*on-demand services*”, el consumo colaborativo va creando valor a otra persona, aunque no sea su intención gracias al “*network effect*” o efecto de red, este efecto es una externalidad positiva hacia esta economía. Una externalidad de red se define, según Tirole (1998), como el aumento en el bienestar de un agente económico, ante la decisión de otro agente de ingresar y formar parte de la red. Se entiende como una externalidad de red positiva, cuando el bien en cuestión tiene más valor para un usuario, es mucho mejor, lo que se puede evidenciar claramente en el caso de Uber, donde mientras más usuarios se incorporen, mejor funciona el sistema para todos.

2.4.3 Economía circular

La economía colaborativa optimiza recursos al compartirlos, a diferencia de la economía lineal. Algunos autores, sostienen que las motivaciones ambientales subyacen a la hora de participar en la economía colaborativa, pues ayuda a ahorrar recursos escasos que de otra manera hubieran sido necesarios para la producción de bienes nuevos. Básicamente en la economía circular, interaccionan aspectos ambientales y económicos, lo que supone un nuevo modelo de sociedad cuyo objetivo es la eficiencia del uso de los recursos, optimizando como señala en Economía Circular.org (s.f.), los stocks, los flujos de materiales, energía y residuos.

Con lo anterior mencionado, el crecimiento de la economía circular tiene un impacto en todos los procesos de una empresa, desde la manera en que se establecen las tecnológicas, procedimientos, entre otros. La economía circular se basa en tres principios claves según (Ellen MacArthur Foundation, 2015):

1. “Preservar y mejorar el capital natural, controlando existencias finitas y equilibrando los flujos de recursos renovables. Todo comienza desmaterializando la utilidad, proporcionando utilidad de forma virtual, siempre que sea posible. Cuando se necesiten recursos, el sistema circular los selecciona sabiamente y elige las tecnologías y procesos que empleen recursos renovables o que tengan mejores resultados, siempre esto sea factible. Además, una economía circular mejora el capital natural potenciando el flujo de nutrientes del sistema y creando condiciones que, por ejemplo, permitan la regeneración del suelo” (p.17)
2. “Optimizar el uso de los recursos rotando productos, componentes y materiales con la máxima utilidad en todo momento, tanto en los ciclos técnicos como en los biológicos. Esto supone diseñar de modo que pueda repetirse el proceso de fabricación, restauración y reciclaje de modo que los componentes y materiales recirculen y sigan contribuyendo a la economía”. (p.17)
3. “Fomentar la eficacia del sistema revelando y eliminando externalidades negativas. Esto incluye reducir los daños al uso humano, tales como los relacionados con los alimentos, la movilidad, la vivienda, la educación, la

salud y el ocio, y gestionar externalidades tales como el uso del terreno, la contaminación atmosférica, de las aguas y acústica, la emisión de sustancias tóxicas y el cambio climático”. (p.17)

Con lo anterior mencionado, se puede evidenciar como la economía circular afecta todo el ciclo de una empresa y la manera de efectuar sus procesos. Comparte varios principios con la economía colaborativa, como la optimización de recursos y la tecnología. Un ejemplo podría ser Uber, ya que el bien queda dentro del sistema y se reutiliza, por ende, la economía colaborativa rompe con la economía lineal.

Capítulo 3: Metodología

En el presente capítulo se explican el tipo de investigación, métodos y técnicas que fueron utilizados con el fin de cumplir los objetivos propuestos en la tesis.

3.1 Tipo de investigación y enfoque

Respecto al tipo de investigación, y según lo que describe la Sampieri, Fernández y Baptista (2014), este trabajo es de carácter tanto exploratorio con un enfoque descriptivo y explicativo. Es importante incorporar estas dimensiones ya que los estudios exploratorios sirven fundamentalmente para descubrir y prefigurar, por su parte, los estudios descriptivos están orientados a mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación.

Hernández, Fernández y Baptista (2014), señalan que las investigaciones de tipo exploratorio se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si se indaga un tema desde nuevas perspectivas. En la presente investigación, el objeto de estudio es la economía colaborativa, el cual es un tema que no ha sido suficientemente investigado en el país. Por ello se abordará la economía colaborativa en Costa Rica con el fin de describir sus características en el sector transporte remunerado de personas, diferenciándose del modelo tradicional.

Según, Sampieri, Fernández, & Baptista (2014), el estudio descriptivo busca establecer las propiedades y características importantes de cualquier fenómeno, en tal sentido, los resultados de esta investigación permitirán describir las principales particularidades y características de Uber y su incidencia en el sector transporte remunerado de personas en Costa Rica, para lo cual se contará con estadísticas e indicadores de interés. Finalmente, también será de tipo explicativo, ya que este tipo de investigaciones están principalmente dirigidos a explicar las causas de fenómenos sociales o físicos y causas de diferentes eventos o porque se relacionan diferentes variables.

Recapitulando, esta investigación es de tipo exploratorio debido a que la economía colaborativa es un tema que no ha sido estudiado en profundidad en Costa Rica y se toma en cuenta sus características en el sector transporte; descriptivo ya que se identificarán y analizarán las particularidades de Uber en el sector de la experiencia en Costa Rica y finalmente explicativo, en la medida en que se explicaran las razones que causan la incidencia de la economía colaborativa en el sector.

El presente trabajo desarrolla un análisis, con un enfoque mixto, tanto cuantitativo, como cualitativo, con el fin de abarcar el tema de la mejor manera y analizar correctamente cada una de las variables involucradas. Con ambos enfoques se pretende entender y describir la incidencia del fenómeno colaborativo en Costa Rica en el sector transporte y por ende se podrán inferir características y tendencias generalizables al modelo Uber.

3.2 Alcance

En virtud de que la investigación, geográficamente se desarrolla en Costa Rica, pero se concentra en la Gran área metropolitana (GAM) ya que es donde opera el servicio de Uber. Los resultados tendrán aplicabilidad sobre esa zona planteada y aunque no puedan extrapolarse o generalizarse, el producto de la descripción y el análisis de esta forma colaborativa, el caso Uber permitirá junto con el resto de los resultados sobre la estructura productiva de Costa Rica y la incidencia específicamente sobre el área de transporte, podrán servir como un marco referencial, que abarca las características del mercado, la calidad del servicio, el medio ambiente, la normativa, entre otras variables, pudiendo constituirse en punto de partida para futuras investigaciones sobre el tema.

Cabe resaltar las limitaciones y dificultades en obtener información sensible, sobre todo por la forma en que se percibe Uber por algunos sectores, aunado al hecho de no tener acceso libre a la información sobre socios de dicha plataforma.

3.3 Universo de la investigación

El universo de la investigación está representado por el conjunto o totalidad de elementos sobre los que se investiga, es decir por toda la población o conjunto de unidades que podrían ser observadas individualmente en el estudio.

3.3.1 Sujetos y fuentes de información

Se utilizan fuentes tanto primarias como secundarias, con el fin de analizar la incidencia de la economía colaborativa en el sector transporte remunerado de personas. Se cuentan con datos de diferentes procedencias, sin embargo, primero se debe definir el sujeto de estudio, el cual corresponde como señala Barrantes (2000), a todas aquellas personas físicas o comparativas que pueden brindar información.

Las fuentes primarias se definen como la información proporcionada por los sujetos de estudio, mediante un instrumento y en este caso, los sujetos de estudio son el conjunto de choferes de Uber y los consumidores del servicio tanto de Uber como de taxi. Además, también de la gerente de mercadeo de Uber, Cristina De La Espriella y gerente de la cooperativa de taxis COPEMARGARITA.

Respecto a las fuentes secundarias, referidas a las diferentes bibliografías consultadas, tales como libros, revistas, monografías de la institución en estudio, folletos entre otras. En la presente investigación se utilizan datos y documentos de instituciones como el Banco Central de Costa Rica (BCCR), Sistema Costarricense de Información Jurídica (SCIJ), Autoridad Regulatoria de Servicios Públicos (ARESEP), Consejo de Seguridad Vial (COSEVI) y el Ministerio de Hacienda.

3.3.2 Población o Muestra, conjunto investigado u otros.

Respecto a la población, esta se define según Scheffer (1993), como el conjunto total de mediciones de interés para determinado problema. A los fines de esta investigación, y en virtud de las limitaciones para evaluar y analizar en su totalidad un universo tan grande, aunado al hecho de que no es posible tener acceso a lista de todos los individuos objeto de este estudio, se procederá a utilizar una muestra para inferir con respecto a la proporción poblacional. La misma se calcula con la siguiente fórmula:

$$n = \left(\frac{z_{\alpha/2} * \sqrt{p * q}}{d} \right)^2$$

Al no conocer el verdadero parámetro poblacional, se utiliza un valor de 0.5 para “p” y “q” que miden la proporción de elementos que poseen la característica de interés y un nivel de confianza del 95% con una diferencia máxima permisible de un 0.08. Lo que lleva a un resultado de tamaño de muestra de ciento cincuenta elementos. Dicho tamaño se aplicará a los sujetos de estudio, tanto para los choferes de Uber como para los consumidores de Uber y taxi. En este sentido, se garantiza la aleatoriedad en la selección de los ciento cincuenta casos de cada grupo de estudio.

Sobre la elección de los individuos en esta investigación, se calcula el marco muestral de ciento cincuenta choferes de Uber (150) aleatoriamente del grupo de Facebook Oficial de choferes Uber en Costa Rica, que se contactan vía red social para que llenen la encuesta en línea, ya que la empresa se limitó a suministrar un marco muestral por cuestiones de legalidad.

Como la investigación está enmarcada en la Gran Área Metropolitana, los ciento cincuenta consumidores de Uber y Taxi (150) se ubicaron aleatoriamente según el marco muestral previamente identificado de esta zona. Una vez investigado este conjunto de sujetos, el resultado obtenido, permitirá acceder a esa información referencial para dar respuesta a los objetivos planteados en esta investigación

3.4 Técnicas e instrumentos de la investigación

Los instrumentos son fundamentales para cualquier investigación, y como señalan Hernández, Fernández y Baptista (2014,) permiten medir o evaluar las variables de interés y datos específicos con el fin de abordar el problema de investigación. Entre ellos, se encuentran las entrevistas, los cuestionarios, los indicadores, la observación y el análisis documental. En el presente trabajo se hará uso de instrumentos tanto cualitativos como cuantitativos. Por lo tanto, se utilizarán dos cuestionarios, dos entrevistas y el análisis documental.

El cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. En esta investigación se aplicarán dos cuestionarios con preguntas de tipo cerradas. El primero consta de 5 secciones y un total de 26 preguntas, será aplicado a la muestra de choferes de Uber (Anexo 1), con el fin de aportar información real sobre la oferta del servicio Uber. Y el segundo, con 7 secciones y un total de 34 preguntas, a la muestra de consumidores de ambos servicios, tanto Uber como taxi (Anexo 2), con el fin de analizar ambas partes y comparar el modelo tradicional con el modelo colaborativo.

En el cuestionario dirigido a usuarios, se abarcan las características de ambos servicios, tanto Uber como taxis tradicionales, respecto a aspectos tales como, medio de pago, efectividad, precio, calidad, disponibilidad, tipo de vehículo, entre otros, con el fin de analizar la demanda del servicio incluyendo sus fortalezas y debilidades. Además las variables del cuestionario de usuarios de Uber también aportarán al análisis de las particularidades del mercado de la economía colaborativa en el sector transporte en este caso de Uber en específico, ya que se analizará a los consumidores.

Además, se utiliza también la técnica de la entrevista, donde a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema, en este caso la economía colaborativa y en específico el caso Uber. Se trata de dos entrevistas, la primera dirigida a la Sra. Cristina De La Espriella de la gerencia de mercadeo de Uber Costa Rica ubicada en el centro corporativo El Cedral (Anexo 3), la cual se realiza vía telefónica por cuestiones de disponibilidad de la entrevistada con el fin de obtener variables para analizar la economía colaborativa.

La segunda entrevista se realiza al Sr. Allan Sandoval de COOPEMARGARITA (Anexo 4) ubicada en Barva de Heredia, vía telefónica por cuestiones de disponibilidad del entrevistado con el fin de obtener variables para comprender la diferenciación de Uber en el sector transporte. Adicionalmente, se utiliza el análisis documental, para una mejor comprensión del tema en estudio. Con el análisis de documentos se pretende revisar los pilares de la economía colaborativa y la coherencia de los datos obtenidos por las fuentes primarias.

Ambos cuestionarios fueron diseñados en *Google Form*, validado posteriormente por expertos y distribuidos por redes sociales, básicamente Facebook, una vez obtenida la información fue procesada en Excel, para su presentación en tablas y gráficos.

3.4.1 Validez

Los instrumentos fueron sometidos a pruebas de validez, entendida según Díaz y Leyva (2013), como la correspondencia entre lo que se pretende verificar por el instrumento y lo que realmente se mide o evalúa, y ello abarca tanto a las exigencias propias del control como a la determinación de los índices valorativos que permiten la calificación. Para verificar que el instrumento permitiera el análisis de las variables en todas sus dimensiones, se realizó una validación por expertos a cargo de la Dra. Shirley Benavides Vindas, la Dra. Ana Cristina Carmona Segnini y el M. Sc Carlos Arguedas Campos los cuales tienen

comprobada experiencia en investigaciones de este tipo, así como el Prof. Christian González, estadista de la UNA.

3.5 Matriz Metodológica

A continuación, se operacionalizan las variables, partiendo de los objetivos específicos, estableciendo indicadores, fuentes, instrumentos y finalmente las preguntas de investigación, los cuales se pueden observar en la tabla 3.

Tabla 3

Matriz metodológica.

Objetivo general

Analizar la incidencia de la implementación de la economía colaborativa en el sector transporte remunerado de personas de Costa Rica a partir de la entrada de Uber en el país.

Objetivos Específicos	Variables	Indicador	Fuentes de información	Instrumentos	Preguntas de investigación
Describir las características de la economía colaborativa en la estructura productiva de Costa Rica.	Estructura productiva	Producto interno bruto por sector productivo.	Web Banco Central de Costa Rica (BCCR)	Análisis de documentos del BCCR	¿Cómo ha cambiado el sector transportes con la implementación de la economía colaborativa a Costa Rica
		Cantidad de licencias emitidas por primera vez por tipo de licencia.	Web Consejo de Seguridad Vial (COSEVI) Web Autoridad Reguladora de Servicios Públicos (ARESEP)	Análisis de estadísticas de COSEVI Análisis de documentos legales ARESEP	
		Normativa de transporte	Web Sistema Costarricense de Información Jurídica (SCIJ)	Análisis de documentos del SCIJ	
Identificar las particularidades de Uber en el sector transporte remunerado de personas en el país.	Modelo de Transporte remunerado de personas Uber	Oferta	Web Uber	Análisis de documentación de Uber	¿Cuáles son los aspectos determinantes la oferta y la demanda del modelo de transporte UBER?
		Demanda	Consulta a expertos	Entrevistas	
		Componentes de precio del servicio		Cuestionarios	

Evidenciar la incidencia de la implementación de la economía colaborativa en el sector transporte remunerado costarricense	Incidencia económica	Análisis de competencia (ingresos, impuestos, tasa de desempleo)	Consulta a expertos	Cuestionario	¿Cuál es el beneficio social en el país del desarrollo de la economía colaborativa en el transporte remunerado de las personas?
			Web Ministerio de Hacienda	Entrevistas	
			Web Banco Central de Costa Rica (BCCR)	Análisis de documentos del Ministerio de Hacienda	
				Análisis de documentos del BCCR	

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Capítulo 4: Análisis

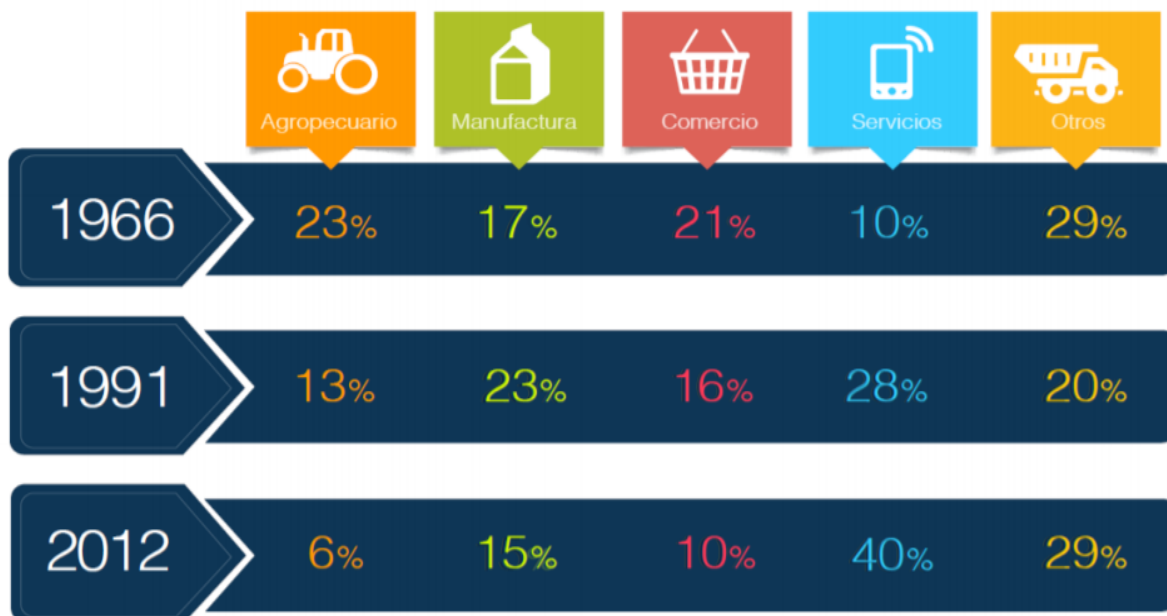
En los siguientes apartados se analizan las características de la economía colaborativa en la estructura productiva, sus particularidades en el sector transporte y su incidencia en Costa Rica.

4.1 Características de la economía colaborativa en la estructura productiva de Costa Rica

Con el paso de los años la estructura productiva de Costa Rica ha experimentado una transformación significativa del sector primario al sector terciario como se puede observar en la tabla. Actualmente el sector servicios constituye una gran parte del producto interno bruto del país, según datos del Banco Central para el año 2019 un 73% de la actividad económica fue explicado por los servicios, mientras que la manufactura pierde impulso con un 21%. Este crecimiento se ha mantenido estable en los últimos diez años, con un superávit de servicios aproximadamente del 10% del PIB y se prevé que continúe ligeramente superior a esta cifra.

Figura 1

Peso de las actividades económicas en Costa Rica según el Producto Interno Bruto.



Fuente: Banco Central de Costa Rica.

Según la clasificación internacional industrial uniforme (CIUU4) las actividades productivas del país se describen de la siguiente manera:

Tabla 4

Sección CIUU4 por actividad productiva en Costa Rica.

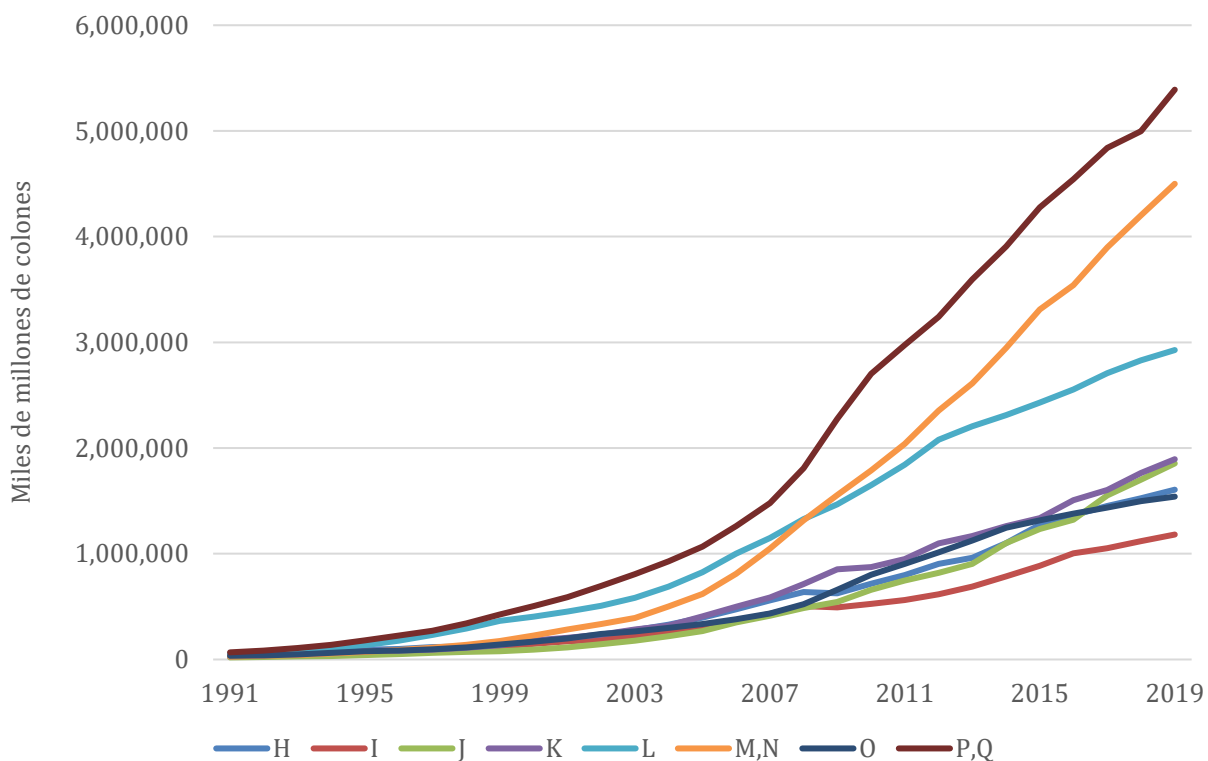
Sección CIUU4	Descripción Actividad productiva
A	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca
B	Minas y canteras
C	Manufactura
D, E	Electricidad, agua y servicios de saneamiento
F	Construcción
G	Comercio al por mayor y por menor, reparación de vehículos
H	Transporte y almacenamiento
I	Actividades de alojamiento y servicios de comida
J	Información y comunicaciones
K	Actividades financieras y de seguros
L	Actividades inmobiliarias
M, N	Actividades profesionales, científicas, técnicas, administrativas y servicios de apoyo
O	Administración pública y planes de seguridad social de afiliación obligatoria
P, Q	Enseñanza y actividades de la salud humana y de asistencia social
R, S, T, U	Otras actividades (artísticas, de entretenimiento y recreativas)

Fuente: Elaboración propia con datos del Banco Central de Costa Rica.

De acuerdo con la tabla anterior, las actividades productivas que aportan al sector servicios para poder analizar el porcentaje de estas como proporción del Producto interno bruto del país, son las siguientes: H, I, J, K, L, M, N, O, P y Q. Contemplando dichas las actividades en el gráfico 3 se puede evidenciar el creciente aporte de los servicios como determinante del cambio de la estructura productiva costarricense.

Gráfico 3

Producto Interno Bruto de Costa Rica por subsector de servicios en términos constantes, 1991-2019.



Fuente: Elaboración propia con datos del BCCR.

Como se puede observar, este crecimiento del sector servicios empuja la economía de Costa Rica, manifestándose en un mayor peso en la estructura productiva. En este sentido, esta transformación contribuye a un mayor establecimiento en los mercados internacionales y beneficio de las cadenas mundiales de valor. El dinamismo en este sector se debe principalmente al desarrollo tecnológico, evidenciándose en una mayor demanda de servicios de internet y de dispositivos celulares. Los servicios de información presentaron un crecimiento de un 8% interanual en el año 2016, primer año completo de operación de Uber. Este aumento en la demanda tecnológica fortalece la economía colaborativa, al ser el medio por el que esta se desempeña. Mediante las plataformas digitales y el internet se

realiza el intercambio del servicio, por ende, dicha economía se relaciona directamente con esta variable.

La economía colaborativa ha sido sumamente exitosa a nivel mundial principalmente por las actividades de alojamiento y de transporte. Costa Rica no es la excepción ya que su consumo colaborativo se refleja justamente en estos sectores con la presencia de Airbnb y Uber respectivamente, las cuales son comunidades basadas en el principio colaborativo. No obstante, en el Producto Interno Bruto de Costa Rica no se puede contemplar este tipo de economía ya que no forma parte de ninguna de las actividades productivas, sin embargo, está presente en la realidad económica. Esta ausencia de indicadores no permite examinar como la misma afecta en proporción del PIB, pero si se puede analizar cómo se comportan los sectores donde deberían pertenecer estas empresas colaborativas.

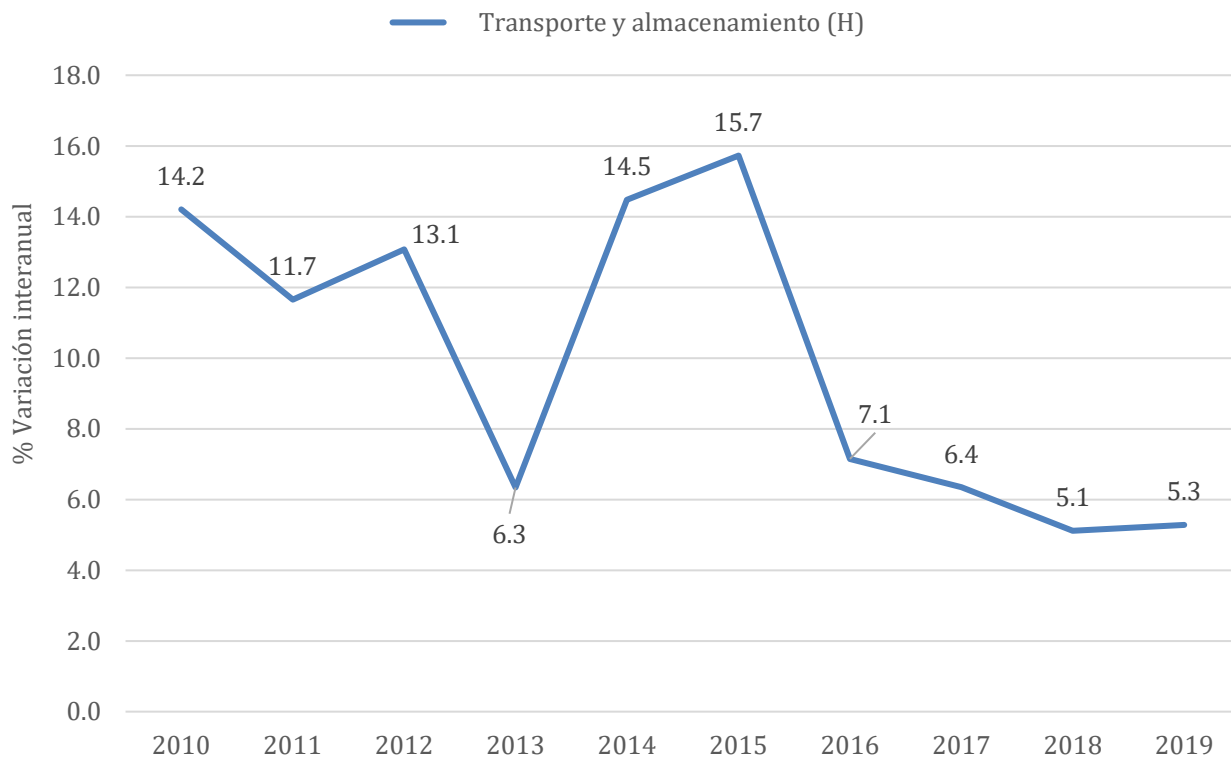
Como el caso de estudio es Uber, se delimita al análisis al comportamiento de la proporción del sector transporte en el Producto Interno Bruto de Costa Rica. Por lo tanto, nuestro sector de interés es la sección CIUU4, H, conformada por la actividad productiva de transporte y almacenamiento.

Las operaciones de transporte de Uber iniciaron el 21 de agosto del 2015 por un tema de expansión ya que Travis Kalanick el CEO, o sea, el presidente ejecutivo de la empresa en ese momento quería expandir Uber por el mundo. Al analizar el comportamiento del sector transportes del 2010 al 2019 (gráfico 4) se observa como en el año 2015 el sector transportes que venía con una tendencia de aumento en la tasa de variación anual significativa, presenta una fuerte disminución al pasar de 15.7 a 7.1 para 2016. Y en los años siguientes, comienza a presentar una tendencia a la baja más constante, indicando una disminución el sector transporte.

A continuación, se puede observar la tasa interanual del sector transporte del Producto Interno Bruto de Costa Rica.

Gráfico 4

Tasa interanual del sector transporte (H) del Producto Interno Bruto de Costa Rica 2010-2019.



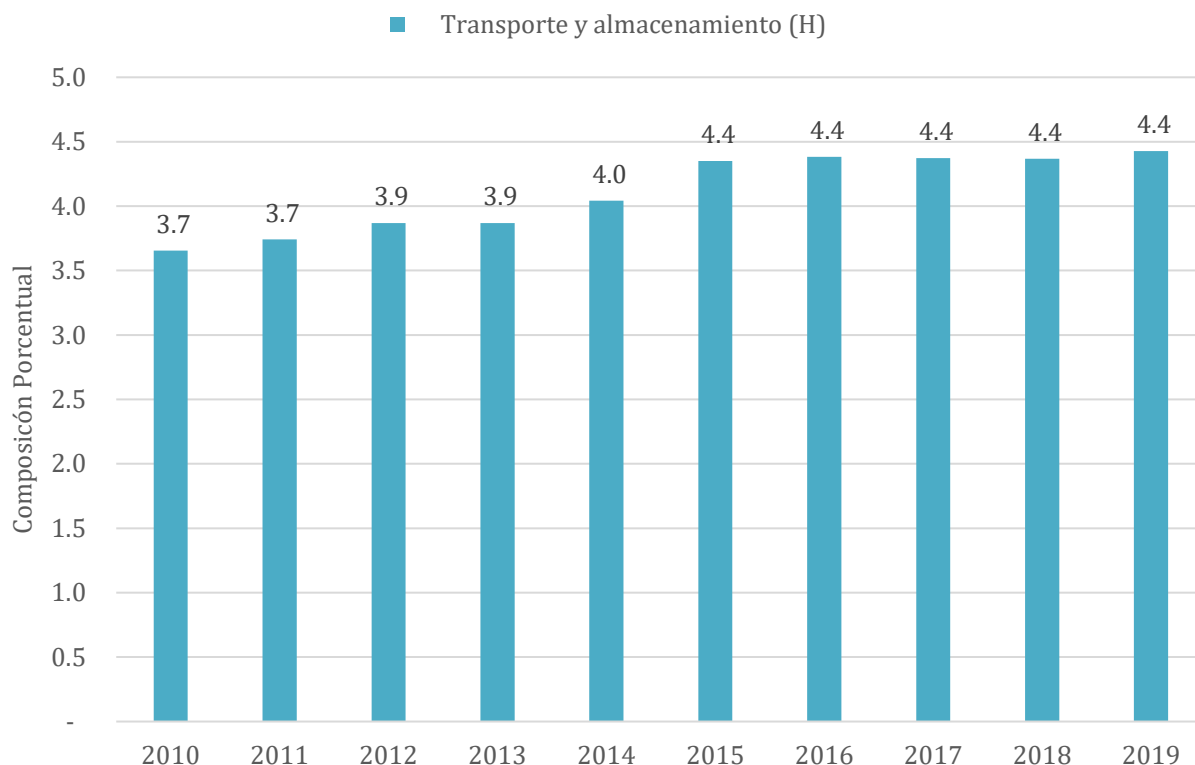
Fuente: Elaboración propia con datos del BCCR.

Según datos del Banco Central de Costa Rica, el crecimiento medio del 2015 fue liderado por la industria de servicios, principalmente por el sector transporte con un crecimiento constante en ese año de 5,2% en los últimos meses del año. Como se puede observar en el gráfico anterior en ese año la tasa de variación interanual fue de 15.7%. No obstante, después de que la economía colaborativa en este sector se estableciera en el país, pasa a una tasa de crecimiento de 7.1% como consecuencia de la reducción en el transporte de pasajeros. En este sentido, se refleja una salida del transporte de pasajeros al sector informal colaborativo ya que justamente la disminución en el sector transportes (H) de la estructura productiva se debe a la baja en el transporte de pasajeros, evidenciando la migración al modelo colaborativo.

En el siguiente se observa la composición porcentual del Producto Interno Bruto en el sector transporte.

Gráfico 5

Composición porcentual del Producto Interno Bruto del sector transporte de Costa Rica en términos constantes, 2010-2019.



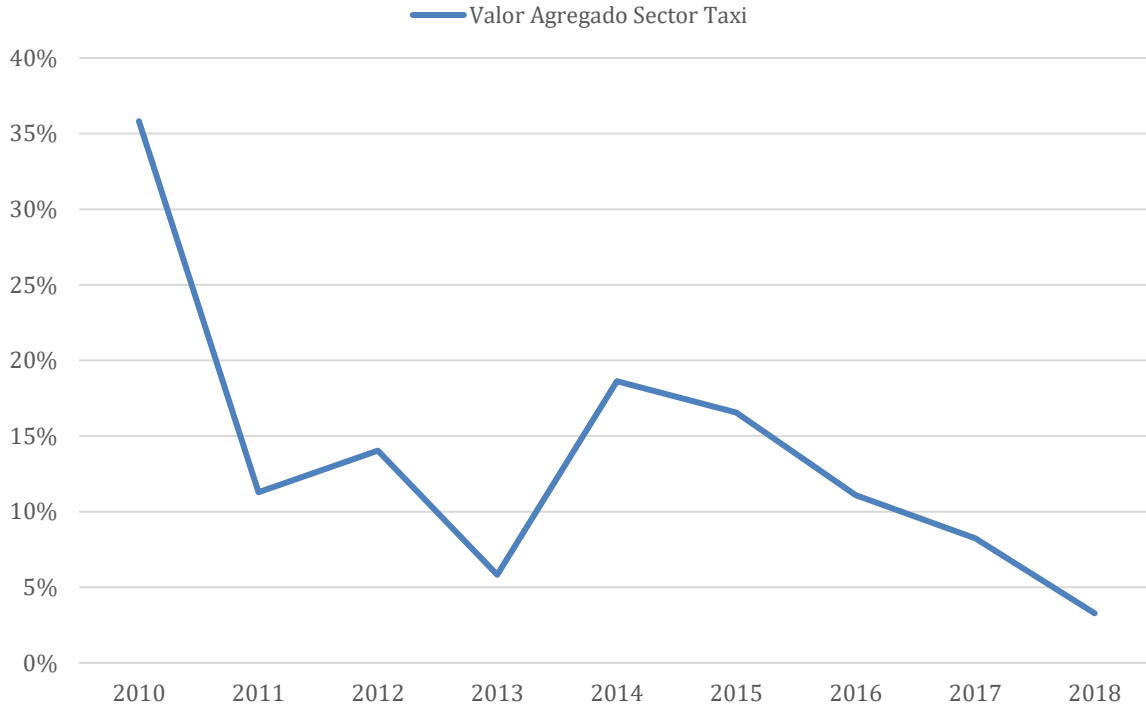
Fuente: Elaboración propia con datos del BCCR.

Como se puede observar en el gráfico anterior, este sector ha mantenido una composición porcentual respecto al PIB constante de un 4.4% desde la entrada de la economía colaborativa, específicamente, Uber a la estructura productiva; después de caracterizarse por un leve crecimiento de un 3.7% a 4.4% del 2010 al 2015.

El siguiente gráfico 6, se desagrega el sector transporte y almacenamiento (T) observando únicamente el comportamiento del valor agregado de las actividades económicas en el subsector de transporte de pasajeros por taxi.

Gráfico 6

Variación interanual del valor agregado del transporte de pasajeros por taxi de Costa Rica, 2009-2018.



Fuente: Elaboración propia con datos del Banco Central de Costa Rica, 2018.

En el gráfico anterior se nota como la tasa de crecimiento interanual ha manifestado una tendencia significativa a la baja a partir del año 2015. Después de mantener un crecimiento del 19% y 17% en el 2014 y 2015 respectivamente pasa a un 8% y finaliza con un 3% para el 2017 y 2018 respectivamente. Por lo que coincide con el comportamiento del sector transporte y almacenamiento (H), mostrando como esta disminución tiene una relación directamente proporcional con este subsector de transporte de modalidad taxi.

Con esto se puede observar como la llegada de este nuevo modelo colaborativo al país ha impactado tanto los indicadores macroeconómicos como microeconómicos de la estructura productiva de Costa Rica y de aquí la importancia de analizar sus características y evidenciar su incidencia en la economía costarricense. Por otro lado, en Costa Rica existen diferentes tipos de licencias para poder circular en la vía pública. El consejo de seguridad vial de Costa Rica es quien otorga las licencias y existen diferentes clasificaciones para la solicitud de estas. En la siguiente tabla se muestran los diferentes tipos de licencia que existen y para qué tipo de vehículo o fin se emiten.

Tabla 5**Cantidad de licencias emitidas por primera vez por tipo de licencia en Costa Rica.**

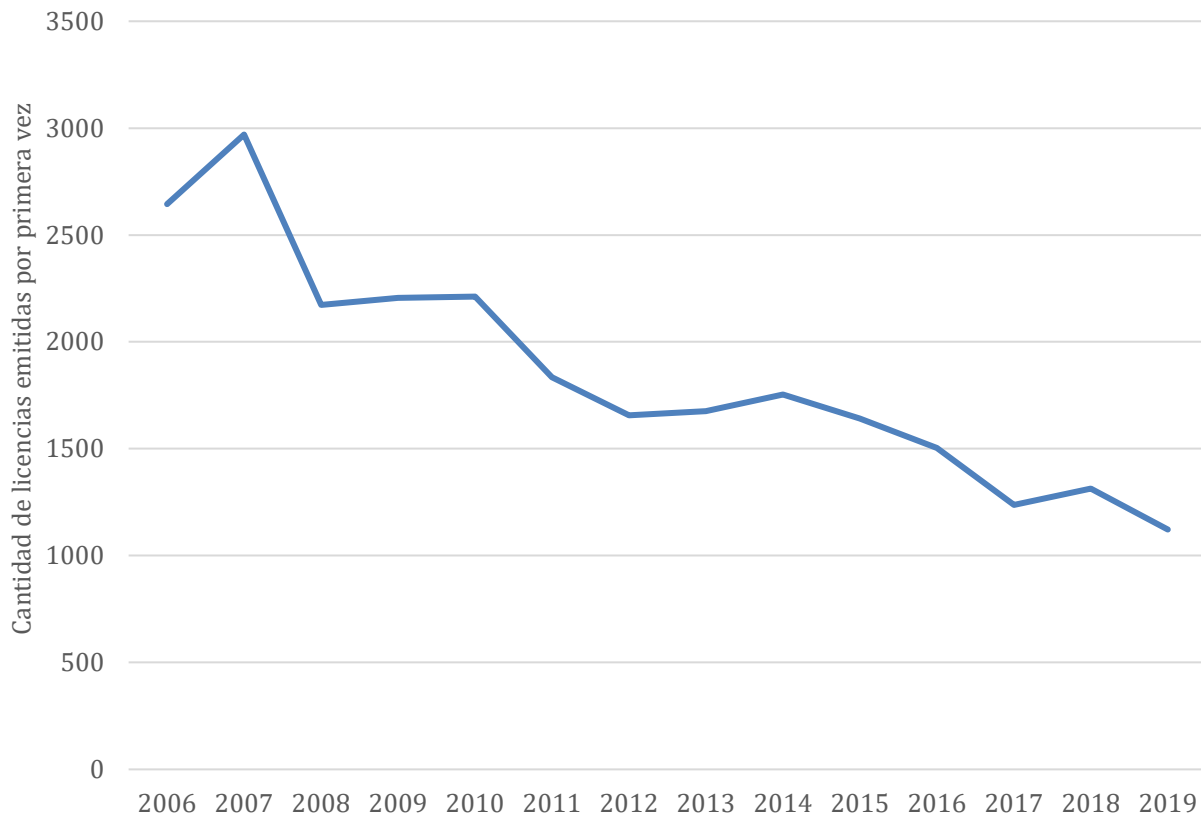
Tipo de licencia	Tipo de Vehículo	
Motos	A1	Motos de 90cc
	A2	Motos de 126 a 500cc
	A3	Motos de 501cc en adelante
Vehículos	B1	Vehículo liviano hasta media tonelada
	B2	Vehículo de media tonelada a 5 toneladas
	B3	Vehículo pesado excepto articulados
	B4	Vehículos pesados
Transporte público	C1	Taxi
	C2	Autobús
Equipo especial	D1	Tractor de llantas
	D2	Tractor de oruga
	D3	Otros tipos de maquinaria
Tipo E	E1	Todo tipo de vehículo excepto los del equipo especial y transporte público
	E2	Todo tipo de vehículo incluyendo los de tipo especial

Fuente: Elaboración propia con datos de COSEVI

La licencia C1 es la que les corresponde a los taxistas tramitar para poder incorporarse en la estructura productiva como actividad económica del sector de transporte. En el gráfico 7 se puede observar la cantidad de licencias emitidas por primera vez según tipo de licencia donde el comportamiento de la licencia tipo C1 presenta un cambio abrupto a partir del 2015.

Gráfico 7

Cantidad de licencias emitidas por primera vez por tipo de licencia en Costa Rica, 2006 – 2019.



Fuente: Elaboración propia con datos de COSEVI.

La cantidad de licencias emitidas por primera vez por tipo de licencia ha venido disminuyendo través del tiempo (gráfico 7), no obstante, ha presentado periodos de variación positiva como en 2007, 2009, 2013 y 2014 con un 12%, 2%, 1% y 5% respectivamente. Sin embargo, partir del 2016 año donde la economía colaborativa ya está presente) comienza una disminución más pronunciada sin periodos de variación positiva, donde para 2017 se registra una variación interanual de -18%, periodo donde se evidencia la menor tasa de emisión desde la crisis del 2008. La economía colaborativa se muestra en este indicador, ya que se pasan de emitir mil ciento cuarenta y dos licencias en 2015 cuando se pronuncia, a mil ciento veintidós para 2019, año que cierra con la menor cantidad histórica de licencias de taxi desde 2006. Con lo anterior mencionado, el medio de transporte remunerado taxi, ya no es tan atractivo como lo solía en el pasado.

También, el sector de transporte de Costa Rica cuenta con diferentes instituciones que velan por su buen funcionamiento. Entre ellas encontramos al Consejo de Transporte

Público (CTP), al Ministerio de Obras Públicas y Transportes, el consejo de seguridad vial (COSEVI) y a la Autoridad Reguladora de los Servicios Públicos (ARESEP).

La Autoridad Reguladora de los Servicios Públicos es una institución pública la que vela por las necesidades de los consumidores y prestadores del servicio público para que este funcione de forma óptima. Esta institución cuenta con leyes reguladoras según el tipo de vehículo de operación. Primeramente, se establece la Ley 3503 Reguladora Transporte remunerado de personas, publicada en la Gaceta No. 169 el de septiembre de 1996, la cual estipula en su artículo 1 lo siguiente:

“El transporte remunerado de personas en vehículos automotores colectivos, excepto los automóviles de servicio de taxi regulado en otra ley, que se lleva a cabo por calles, carreteras y caminos dentro del territorio nacional, es un servicio público regulado, controlado y vigilado por el Ministerio de Obras Públicas y Transportes”. (Ley 3505, 1996).

Con lo anterior se evidencia la existencia de una normativa que regula el sistema de transporte público remunerado de personas en Costa Rica a cargo del Ministerio de Obras Públicas y Transportes, no obstante, en ella no se incluye la modalidad taxi. Para la regulación del servicio de taxi se cuenta con la Ley 7969 Reguladora del Servicio Público de Transporte Remunerado de Personas en Vehículos en la modalidad de Taxi, publicada en la Gaceta No.20 el 22 de diciembre de 1999. La anterior estipula los efectos legales de este tipo de transporte remunerado al igual que los principios generales de su operación.

De acuerdo con ARESEP si existe una ley que regule el servicio de transportes, no obstante, en ninguna de las anteriores figura algún tipo de modelo colaborativo o la modalidad del servicio de Uber, por ende, actualmente no se cuenta con ninguna ley para la regulación de este tipo de servicio. Sin embargo, existe el proyecto de ley bajo el expediente 21587, llamada ley reguladora de los servicios de los transportes de personas por medio de plataformas tecnológicas; en la cual se pretende brindarle al país una normativa y establecer como autoridad regulatoria de las plataformas colaborativas al Ministerio de Obras Públicas y Transportes (MOPT), así como lo es del servicio público de autobuses y servicio de taxis.

La economía colaborativa se caracteriza por esta ausencia de normativas en el marco legal de los países, ya que frecuentemente se confunde el intervencionismo del estado como una estrategia de la economía tradicional con el fin de proteger sus beneficios frente a la competencia de esta nueva economía colaborativa. Costa Rica no es la excepción, puesto que se vive una gran problemática y malestar en el sector de transporte desde su inicio, principalmente porque el sector taxista se opone a que Uber no tenga que cumplir todos los requisitos como las autorizaciones administrativas e impuestos que ellos si deben de efectuar para poder laborar. Por esta razón se le acusa a Uber como competencia desleal generando malestar en el sector transporte, manifestado en protestas de taxistas solicitándole al Estado una regulación para este modelo.

4.2. Particularidades de Uber en el sector transporte remunerado de personas

Costa Rica era uno de los países que el director ejecutivo del momento de Uber no apostaba mucho y resulto convirtiéndose potencia latinoamericana. Esta aplicación móvil, posee diferentes características que la diferencian en el sector transporte remunerado de personas que desembocan su éxito en el país. Por lo tanto, es importante describir el servicio colaborativo abarcando todas sus particularidades en este sector, analizando los determinantes de su oferta, su demanda y el precio.

4.2.1 Oferta del servicio

Con el fin de analizar la oferta del servicio de Uber es importante profundizar los aspectos que la componen, por lo en este apartado se contemplaran su tecnología, su gama de servicios, la forma en la que opera mediante un flujograma, sus sustitutos y las características de la oferta, ósea de los choferes de Uber que son los proveedores del servicio. El análisis de los componentes del precio se realiza más adelante después de abarcar la demanda del servicio.

4.2.1.1 Tecnología

La aplicación de Uber es compatible tanto para el dispositivo “Apple” como para “Android”. Una vez descargada la misma, únicamente se requiere el registro del potencial consumidor mediante datos personales como nombre completo, número de teléfono, correo electrónico y la creación de una contraseña para proteger el usuario. Adicionalmente se envía un código de verificación con el fin de confirmar que la persona posea el número que brindo al registrarse. Una vez ingresado el código anterior se puede hacer uso de la aplicación. Por lo que los requisitos para la utilización de este servicio constarían de un “smartphone”, conexión a internet y ser parte de la comunidad colaborativa Uber. La economía colaborativa incorpora la tecnología para reducir costos e incrementar el servicio brindado, como consecuencia de la eficiencia del factor tecnológico.

Entre las principales características del modelo colaborativo Uber en Costa Rica para ofrecer un servicio distintivo mediante la plataforma digital se encuentran las siguientes:

- Disponibilidad inmediata: Mediante la plataforma de Uber y una conexión a internet se tiene acceso a un conductor de Uber en pocos minutos, ya que conecta con el colaborador más cercano en un radio definido. Al usuario inmediatamente se le indica el tiempo de espera el cual en promedio se encuentra entre 3 y 5 minutos. El tiempo de espera es bastante puntal ya que es calculado según la distancia en la que se encuentre el chofer vía satélite.
- Comodidad: Uber tiene requisitos en lo que concierna al vehículo que se incorpora a la comunidad como se observó anteriormente, por lo tanto, Uber Costa Rica brinda vehículos relativamente nuevos y de calidad para que el usuario esté lo más cómodo posible. Además, para tener un viaje aún más placentero hay colaboradores que

brindan caramelos o botellas de aguas al usuario sin ningún costo adicional para hacer el servicio más atractivo y distintivo. Antes de iniciar el viaje se la plataforma indica cual es el modelo de vehículo se ofrece para el recorrido.

- Medio de pago: Para el pago del servicio no se requiere disponer de efectivo o tarjeta de crédito física. Ya que se realiza el rebajo automático en la aplicación al tener la tarjeta de crédito o débito registrada. No obstante, también existe la opción de pagar con efectivo, eso lo decide el usuario antes de iniciar el viaje.
- Precio: Se puede estimar el precio antes de solicitar el servicio.
- Seguridad: Este año se incorporaron nuevas medidas de seguridad (Figura 2) para el usuario, donde se puede compartir la ruta el viaje con otros usuarios y familiares agregando el contacto o contactos de preferencia La otra opción trata de que con un “tap” en la pantalla se pueda llamar directamente al número de emergencia en la aplicación, en el caso de Costa Rica, el 911.

Figura 2

Funciones de seguridad vigentes de Uber Costa Rica.



Fuente: Uber, 2018

- Calificación: Cada usuario puede calificar al chofer colaborador, así como el colaborador puede calificar al usuario con el fin de generar confianza en la comunidad, ya que una de las principales características de esta economía radica en la confianza que se da entre los miembros de esta mediante la retroalimentación. De

esta forma la misma comunidad elimina a los colaboradores o usuarios con mala calificación, ya que estos son expulsados de la comunidad. La calificación parte de una estrella a cinco estrellas y en caso de que no se cumpla con las cinco se debe indicar una razón. Adicionalmente, en Costa Rica se incursiono hace poco una opción de “reconocer” al conductor voluntariamente por el servicio, donde con un “tap” en la pantalla se le adiciona el monto que se desee, algo así como un tipo de “propina” a voluntad del consumidor.

- División de tarifa: La aplicación para cualquiera de sus servicios brinda la opción de poder dividir la tarifa con otros usuarios. Donde el valor total del viaje será dividido equitativamente entre los usuarios Uber con los cuales se solicita mediante la aplicación dividir la tarifa. Esta opción sólo se puede aplicar para pagos en tarjeta, en Costa Rica no existe la opción en efectivo.

Las características anteriores son posibles gracias al factor tecnológico que es la base de la oferta de Uber. Todas estas variables se encuentran presentes en la plataforma digital y se puede tener acceso a ellas con solo iniciar sesión en la aplicación.

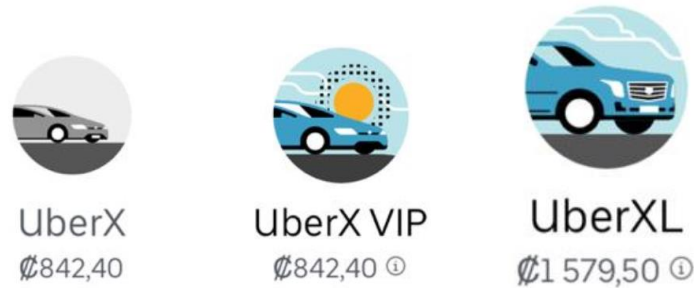
4.2.1.2 Gama de servicios

La gama de servicios de Uber en Costa Rica no es tan amplia como en otros países, donde existen opciones de vehículos de lujo e inclusive hasta helicópteros. En el país actualmente se compone por tres diferentes tipos de servicios (Figura 3):

1. UBER X: La cual es la versión económica y, por ende, más utilizada en Costa Rica. (Tabla 7)
2. UBER XL: Consiste en una versión con mayor capacidad de pasajeros, ya que permite hasta seis al ser generalmente “minivans”. Al aumentar la capacidad es un servicio más costoso en comparación al Uber X.
3. UBERX VIP: Este último tipo de servicio no se encuentra disponible para todos los usuarios, únicamente para los socios “VIP”, los importantes. Para ser compatibles con este servicio los socios de Uber deben poseer las mejores calificaciones y utilizar frecuentemente el servicio, ya que de esta forma se les recompensa. Al funcionar de esta manera no posee un costo adicional, se cobra la misma tarifa que la del UBERX, el servicio básico. El sistema de la aplicación activa automáticamente este servicio a los usuarios o choferes colaboradores que cumplan con las calificaciones y frecuencia de uso del servicio. Al ser parte de este servicio hay más posibilidad para los choferes de obtener viaje, por consiguiente, más ganancias; y para los usuarios un servicio aún más exclusivo ya que contará con los mejores choferes y vehículos.

Figura 3

Gama de servicios de Uber en Costa Rica.



Fuente: Tomada de la aplicación Uber (2018)

Dependiendo del servicio que se brinde, se deben cumplir una serie de requisitos ya que cada uno satisface necesidades distintas. En la tabla 6 se pueden observar los requisitos para los dos servicios que se ofrecen en Costa Rica para todos los usuarios. El objetivo de Uber es diferenciarse en el mercado, brindando servicio de transporte exclusivo mediante tecnología, lo cual se ve reflejado en los requerimientos de cada tipo de servicio. Además de fomentar un buen servicio y conducta por ambas partes con Uber VIP, ya que al ser una especie de recompensa incentiva el buen trato y uso de la aplicación en la comunidad.

Tabla 6

Requisitos por tipo de servicio Uber en Costa Rica.

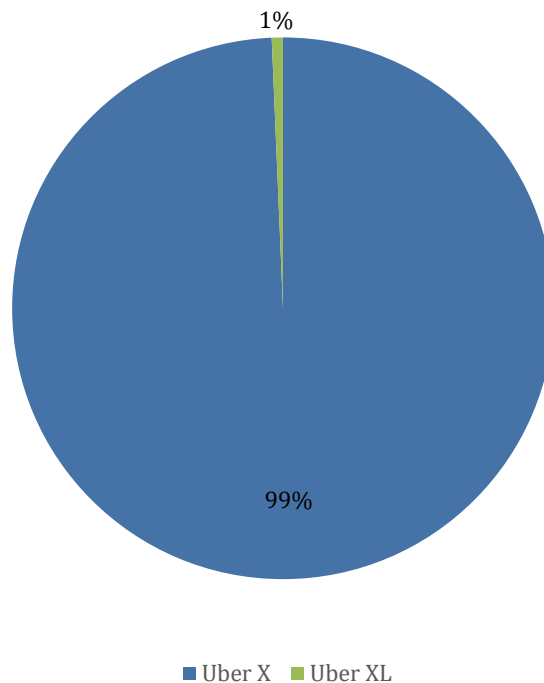
Requisito	Uber X	Uber XL
Modelo	Año 2006 en adelante	Año 2006 en adelante
Motor	1100cc en adelante	No indica
Características	4 puertas, cajuela y buen estado	4 puertas, cajuela y buen estado
Aire acondicionado	Debe tener aire acondicionado	Debe tener aire acondicionado
Capacidad	4 pasajeros (5 si se incluye al conductor)	6 o más pasajeros (7 mínimo si se incluye al conductor)

Fuente: Elaboración propia con información de UBER, 2018.

Uber X es el servicio más demandado ya que un 99%, casi la totalidad de los consumidores del servicio respondieron que utilizan con frecuencia el mismo, en comparación con Uber XL como se puede observar en el gráfico 8. Por lo tanto, se puede asumir que el servicio de Uber más demandado en Costa Rica es Uber X, principalmente porque es el más económico y accesible en todo momento. Además, por las necesidades de los usuarios que se analizarán más adelante, no se requiere un vehículo tan grande.

Gráfico 8

Preferencia de tipo de servicio Uber en Costa Rica.



Fuente: Elaboración propia con los resultados del cuestionario aplicado a los consumidores del servicio Uber 2018.

Respecto a la calificación de servicios, los dos se encuentran calificados en “muy bueno”, lo que indica que los consumidores están satisfechos con ambos. No obstante, Uber X el servicio más demandado el 17% lo calificó como “excelente” la cual es la mayor calificación que se podía otorgar en el cuestionario, como se puede observar en la tabla 7. En resumen, 97% de los usuarios están conformes con Uber calificándolo como excelente, muy bueno o bueno.

Tabla 7

Calificación servicio Uber por tipo de servicio en Costa Rica.

Tipo de Servicio	Bueno	Excelente	Malo	Muy bueno	Muy malo
Uber X	29%	17%	1%	51%	1%
Uber XL	0%	0%	0%	1%	0%
Total	29%	17%	1%	52%	1%

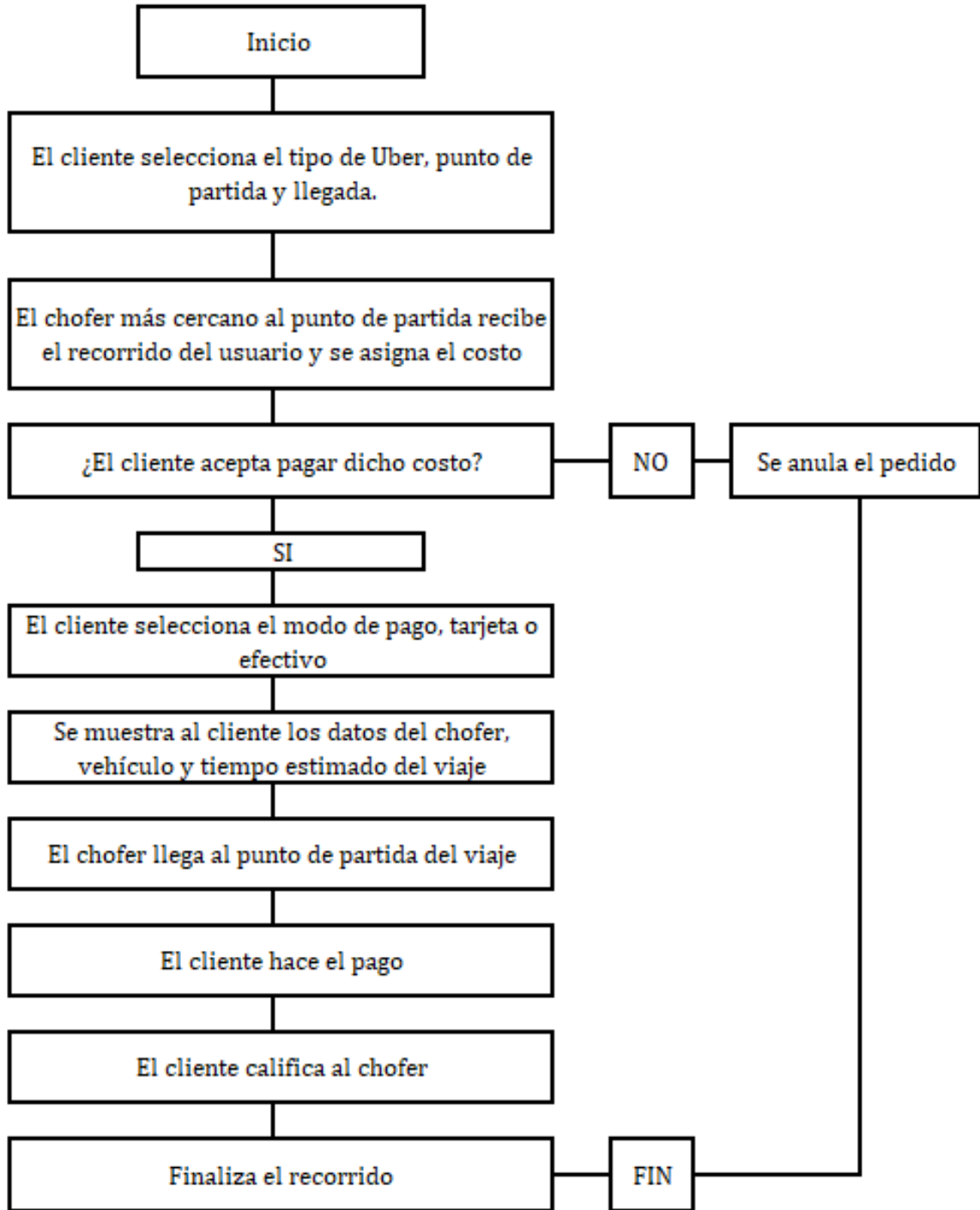
Fuente: Elaboración propia con los resultados del cuestionario aplicado a los consumidores del servicio Uber 2018.

4.2.1.3 Flujograma

A continuación, se muestra el flujograma de Uber para conocer el funcionamiento de las operaciones del servicio desde la perspectiva de la oferta. En la figura 4, se puede observar cómo es un flujo bastante ordenado y sencillo donde su principal fundamento es la aplicación que es el medio por el cual el proveedor del servicio, en este caso el chofer pacta el recorrido.

Figura 4

Flujograma del servicio de transporte colaborativo Uber.



Fuente: Elaboración propia.

4.2.1.4 Sustitutos

En lo que respecta al sector transporte en Costa Rica, Uber es la única empresa que brinda este tipo de servicio colaborativo, porque no cuenta con otro tipo de sustituto colaborativo. No obstante, en el sector transporte privado el sustituto de Uber se puede considerar el modelo tradicional de taxis, el cual se analizará más adelante con detalle mediante una comparación entre ambos modelos.

4.2.1.5 Características de la oferta

Entre las características de la oferta del modelo colaborativo destaca que son más socios colaboradores hombres que mujeres. Y el rango de edad se concentra entre 20 y 40 años como se observa en la siguiente tabla:

Tabla 8

Edad y sexo de choferes del modelo colaborativo en Costa Rica.

Rango de edad	Masculino	Femenino
De 20 a 25 años	20%	10%
De 26 a 30 años	17%	6%
De 31 a 35 años	14%	3%
De 36 a 40 años	7%	4%
De 41 a 45 años	3%	0%
De 46 a 50 años	10%	0%
De 51 años en adelante	7%	0%
Total	77%	23%

Fuente: Elaboración propia con la información recolectada del cuestionario a choferes colaboradores de Uber, 2018.

Los datos anteriores de la tabla 8 coinciden con los brindados por Uber, ya que el promedio de choferes se encuentra entre los 20 y 40 años, tanto para hombres como para mujeres. No obstante, la mayor proporción de choferes se encuentra entre los 20 y 25 años. Por consiguiente, se puede caracterizar que la fuerza laboral de la plataforma colaborativa es bastante joven, comprobándose la teoría mencionada anteriormente respecto a que las generaciones más jóvenes son los que están a favor de esta nueva economía colaborativa y ellos mismos son los que la fortalecen, mientras que los adultos más mayores suelen ser más conservadores o apegados a la economía tradicional.

No todos los socios colaborativos cuentan con vehículo para laborar en la aplicación. Hay dos tipos de socios, los que cuentan con vehículo propio y los que no poseen este, pero si licencia y optan por Uber para mejorar su situación económica, por ende, alquilan el vehículo a un tercero para trabajar. Como se puede observar en la tabla 9.

Tabla 9

Propiedad del vehículo con el cual labora con Uber en Costa Rica.

Vehículo	%
Propio	65%
Alquilado	27%
Prestado	8%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia con la información recolectada del cuestionario a choferes colaboradores de Uber, 2018.

Se observa como la mayoría de los vehículos son de los socios colaboradores. No obstante, un 27% corresponde a socios colaboradores que alquilan un vehículo para poder compartir el mismo realizando viajes en Uber. De esta manera, se demuestra cómo no es necesario tener un vehículo propio para colaborar en la plataforma.

Otra particularidad en el modelo colaborativo es que socio colaborador es su “propio jefe” al poder elegir el horario en el que compartirá su vehículo o decidir hacerlo en algún tiempo libre. Es decir, si quiere laborar un horario de nueve horas diarias podrá hacerlo, así como también podrá elegir si quiere hacerlo en días específicos, por lo tanto, no debe cumplir un algún tipo de horario.

En resumen, todas estas particularidades mencionadas anteriormente son las características de un modelo colaborativo el cual Uber cumple y por esta razón se diferencia en el sector transporte remunerado. Como prueba de ello se evidencian en la siguiente tabla.

Tabla 10

Tabla comparativa del modelo de economía colaborativa con las con el modelo Uber Costa Rica.

Características modelo economía colaborativa	Características modelo Uber Costa Rica
La economía colaborativa se basa en la comunidad	La gerencia de mercadeo de Uber confirmó que se consideraban una comunidad la cual involucra usuarios, socios colaboradores y el equipo Uber
Reducción de costos de transacción a un nivel prácticamente nulo	Los costos de transacción son casi nulos, ya que el intercambio se realiza conectando a ambas partes instantáneamente mediante la aplicación Uber y el internet.
Utiliza las plataformas digitales para conectar la capacidad de reserva y la demanda	Uber utiliza una plataforma digital (la aplicación) para conectar a los choferes colaboradores (oferta) con los usuarios (demanda). Gracias al uso de esta plataforma es fácil coincidir las necesidades de los individuos.
Existencia de transacciones que ofrecen la posibilidad de acceder a una propiedad, reduciendo los costos que demandaría el comprarla de forma tradicional	Los colaboradores Uber comparten su vehículo con los usuarios de la comunidad, por lo tanto, se reducen los costos que demandaría comprar un vehículo para transportarse al tener acceso al vehículo que comparte el chofer sin necesidad de adquirirlo.

Crea una conexión emocional generada por la experiencia de marca, cuya gestión es fundamental para la valoración del servicio/activo

Al ser una comunidad se depende mucho de la imagen de la marca, por eso se le da tanta importancia a la calificación y experiencia tanto del usuario como del chofer colaboración.

Fuente: Elaboración propia.

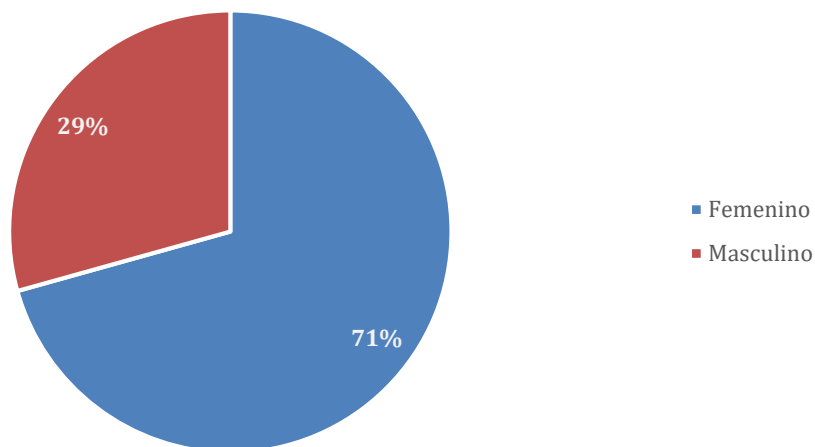
Claro está que Uber cumple con todas las características o principios de una economía colaborativa y esta misma es su mayor particularidad en el sector de transporte remunerado de personas; ya que es un mercado el cual funciona totalmente diferente al tradicional y adicionalmente no se cuenta con otra plataforma colaborativa similar en el sector. En representación, este modelo de Uber se encuentra implantado en el país con una fuerte imagen de marca que mediante una plataforma digital reduce los costos de transacción a un nivel casi nulo.

4.2.2 Análisis del consumidor

Los resultados obtenidos sobre los consumidores de Uber respecto al sexo indican que más de la mitad de la muestra un 71% son mujeres, por lo que hay una tendencia alta femenina dominando la demanda del servicio. Esto se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico 9

Sexo de los consumidores Uber en Costa Rica.



Fuente: Elaboración propia con la información recolectada del cuestionario a consumidores de Uber y Taxi, 2018.

Por otra parte, lo que respecta a la variable edad de los consumidores, un 89% del total, se encuentra entre los 16 y 25 años lo cual indica que el nicho de edad lo componen mayoritariamente los adolescentes y jóvenes como se observa en la tabla 11.

Tabla 11

Edad de los consumidores Uber en Costa Rica.

Edad	%
15 años o menos	1%
De 16 a 25 años	89%
De 26 a 50 años	10%
Total	100%

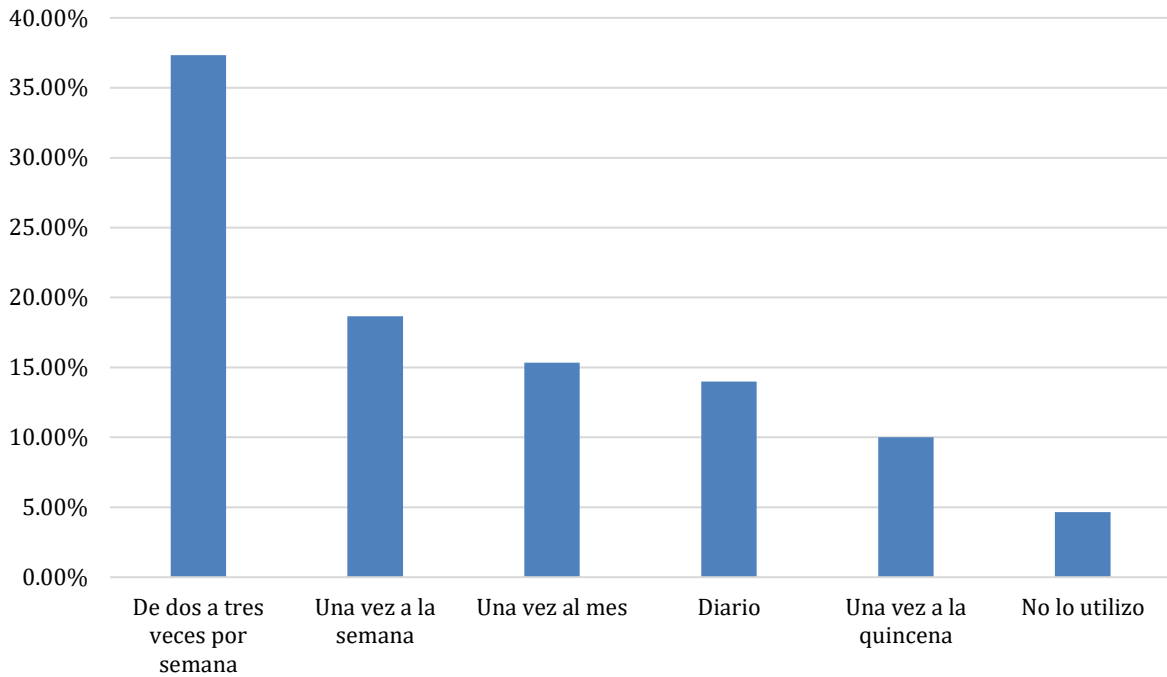
Fuente: Elaboración propia con la información recolectada del cuestionario a consumidores de Uber y Taxi, 2018.

Se puede evidenciar con los resultados obtenidos, que según el nicho de edad aumenta, los consumidores son más tradicionales. La generación “Y” (personas con año de nacimiento entre (1979 – 1994)) creció con mayor conexión a la tecnológica, preocupación ambiental y social. No obstante, la generación “Z” (personas con año de nacimiento entre 1994 – 2002) son las que crecieron con la tecnología desde que nacieron. Con lo anterior mencionado, al ser personas más expuestas prácticamente desde su nacimiento a la tecnología están acostumbradas a estas. Además, la generación “Z” se caracteriza por ser impaciente y buscar soluciones inmediatas, la cual Uber puede considerarse una de ellas en lo que respecta al sector transporte de Costa Rica. Un factor que brinda movilidad y accesibilidad hacia los clientes actuales y potenciales son las redes sociales ya que los “Millenials” (generación Y y Z) se caracterizan por el gran uso que les brindan.

Respecto a la frecuencia del uso de Uber en Costa Rica, los resultados muestran como la mayoría (56%), más de la mitad de la muestra, lo utiliza de dos a cinco veces a la semana. como se muestra en el gráfico 9. Datos que nuevamente coinciden con los brindados por la gerencia de mercadeo de Uber Costa Rica y muestran cómo es un servicio demandado semanalmente.

Gráfico 10

Frecuencia del uso del servicio Uber en Costa Rica.



Fuente: Elaboración propia con la información recolectada del cuestionario a consumidores de Uber y Taxi, 2018.

El fin por el que los consumidores utilizan el servicio de Uber (tabla 12) es principalmente para salir de noche (38%), lo cual concuerda con la ligera baja que se presenta en el país respecto a los accidentes automovilísticos debido al alcohol. Estos han disminuido desde la entrada de Uber a Costa Rica. Paso de 230 en 2014 a 121 en 2015. A esto le sigue los asuntos personales (29%) y los jóvenes estudiantes que acuden a clases (25%). Los datos anteriores sobre la razón principal por la cual se utiliza el servicio concuerdan con el nicho de edad previamente analizado. Las estadísticas de Uber Costa Rica también indican que salir de noche es la principal situación más común en las que las personas viajan en Uber.

Tabla 12

Fin principal por el cual los consumidores utilizan el servicio Uber en Costa Rica.

Fin principal	%
Salir de noche	41%
Asuntos personales	26%
Ir a clases	23%
Ir a trabajar	10%
Total	100 %

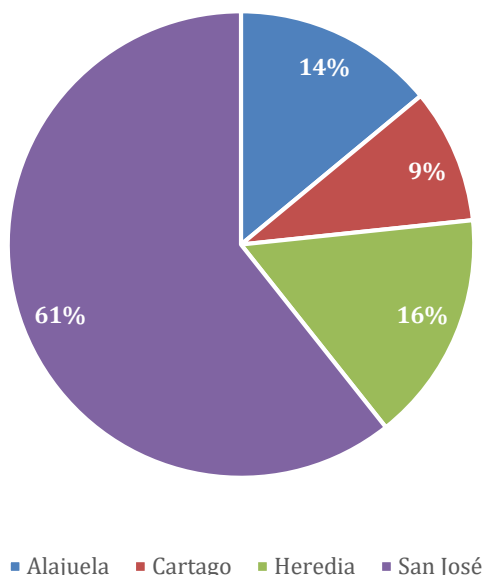
Fuente: Elaboración propia con la información recolectada del cuestionario a consumidores de Uber y Taxi, 2018.

Sobre la cobertura geográfica de la demanda, Uber inició en la provincia de San José principalmente, no obstante, ahora también se encuentra en Heredia, Alajuela, Cartago y pronto estarán disponibles en Liberia (Guanacaste). Con lo anterior mencionado, Uber tiene planes de irse expandiendo hacia zonas más alejadas del valle central.

Cabe añadir que se identificó que más de la mitad, un 61% de los consumidores reside en la capital del país, San José, como se observa en el gráfico. Seguido por Alajuela con un 14%, Heredia con un 16% y Cartago con un 9%. Por lo que se intuye que la demanda se concentra en la capital del país, San José, dato que coincide con la provincia con mayor concentración de demanda brindada por los choferes.

Gráfico 11

Provincia de residencia de los consumidores Uber en Costa Rica.



Fuente: Elaboración propia con la información recolectada del cuestionario a consumidores de Uber y Taxi, 2018

El ritmo de crecimiento en el mercado de del modelo colaborativo Uber en Costa Rica ha sido exponencial. Cada vez se incorporan más usuarios a la comunidad. Actualmente se cuentan con 784mil usuarios, contribuyendo al empleo del país. El crecimiento es paralelo con la cifra de choferes que ya se encuentra en 22mil. Para el 45% de conductores registrados en Costa Rica, Uber es su principal fuente de ingresos.

Entre los factores que inciden en este rápido crecimiento, se vuelve a mencionar la tecnología ya que la mayoría de costarricenses posee un “smartphone”. La transparencia de las tarifas y la disponibilidad de acceso a ella antes del viaje es un factor importante ya que no hay otro servicio privado de transporte que lo posea.

Respecto al precio que el consumidor está dispuesto a pagar, los resultados indican que la mayoría de los consumidores, un 75%, consideran el precio del servicio es relativamente barato. Por lo que se encuentran anuentes a pagar los precios que dicta la aplicación Uber como se puede observar en la siguiente tabla.

Tabla 13

Percepción del precio por parte de los consumidores Uber en Costa Rica.

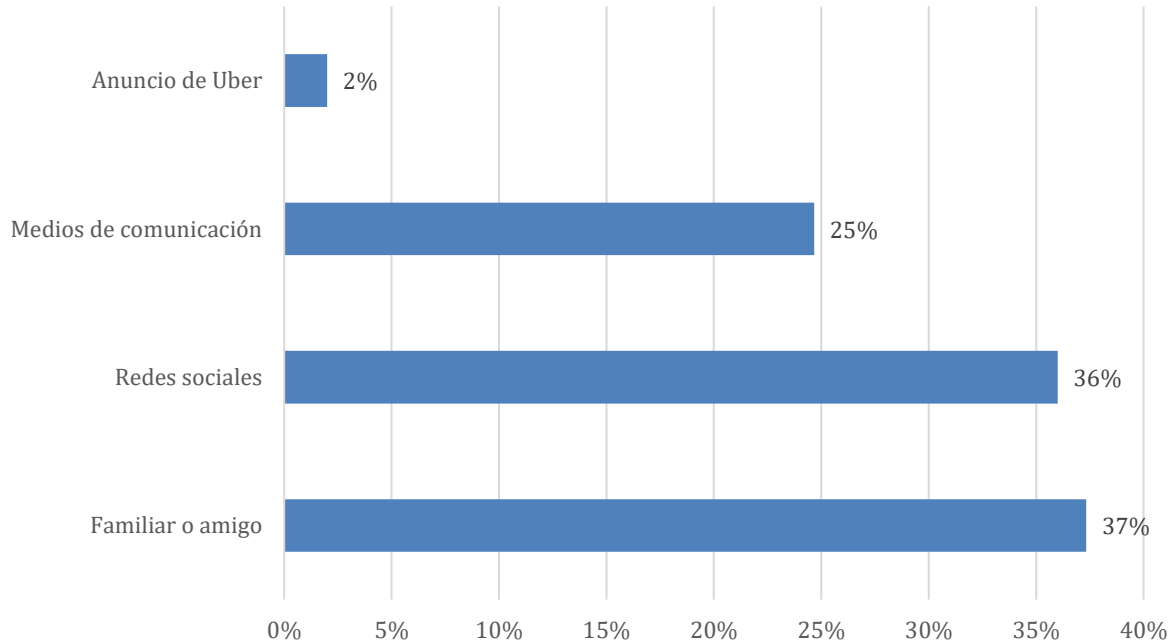
Precios	%
Baratos	75%
Caros	20%
Muy barato	5%
Total	100 %

Fuente: Elaboración propia con la información recolectada del cuestionario a consumidores de Uber y Taxi, 2018.

Sobre la publicidad y promoción, al ser economía colaborativa el sistema se basa en confianza y calidad del servicio, por eso se le da tanta importancia a la experiencia. La promoción es más que todo patrocinios, eventos y por medio de usuarios satisfechos que pueden compartir un código generado por la aplicación donde si un usuario nuevo se inscribe con él, se le recompensa tanto al nuevo usuario con un monto de cortesía aplicado a un viaje (en el caso de Costa Rica son mil doscientos colones) y al usuario que recomendó la aplicación otro viaje por el mismo monto. El monto de recompensa por la promoción puede variar dependiendo en la estrategia de publicidad del momento. El gráfico 11 es un claro ejemplo de cómo el sistema de confianza influye en que los consumidores recomienden la plataforma colaborativa a sus familiares y amigos.

Gráfico 12

Medio por el cual el consumidor conoció sobre Uber en Costa Rica.



Fuente: Elaboración propia con la información recolectada del cuestionario a consumidores de Uber y Taxi, 2018.

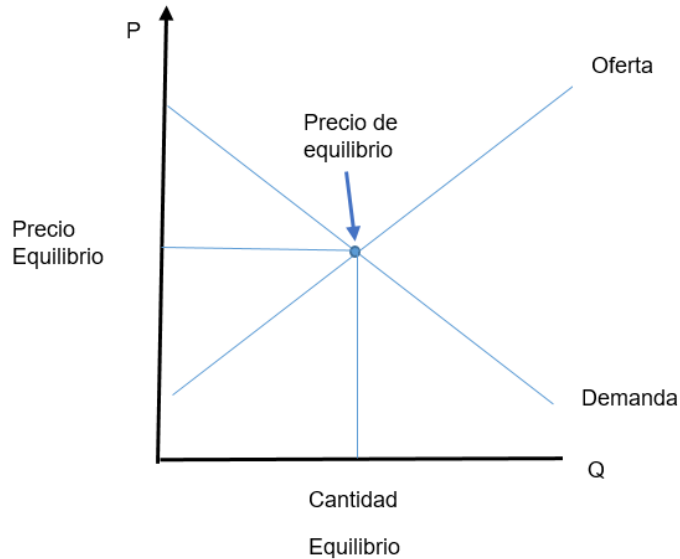
Además, como se observó en el gráfico anterior, se realiza mucha promoción por redes sociales ya que es la principal vía por la cual se le llega a la mayor parte de mercado que conforma Uber que como se analizó son los “*Millenials*”. De hecho, en el estudio que se realizó el medio por el cual los consumidores conocieron Uber fueron mayoritariamente por familiar o amigo y por redes sociales. Por ende, tiene sentido que la confianza y las redes sociales sean las fuertes de la promoción de Uber.

4.2.3 Análisis de los precios

Uber cuenta con dos tipos de tarifa para definir el precio del viaje, dependiendo de la demanda, como se observa en la figura 5. Una de ellas es la tarifa regular y otra la dinámica. Uber establece el precio de acuerdo con la ley de oferta y demanda, donde según más demanda del servicio haya, más aumenta el precio para llegar a un equilibrio. En el caso contrario, el exceso de demanda no sería atendida y con el precio constante, el tiempo de espera aumentaría hasta el punto de que no se realizaría el servicio. Por lo tanto, al Uber incrementar el precio mediante una tarifa dinámica cuando hay exceso de oferta, se soluciona el problema. Cuando la demanda vuelve a disminuir el precio disminuye a un nuevo equilibrio.

Figura 5

Ley de oferta y demanda.



Fuente: Elaboración propia.

Las tarifas se conforman por lo siguiente:

- a. Tarifa regular: Esta se define básicamente por tres componentes. La tarifa base (400 colones), la distancia medida en kilómetros (240 colones x km) y por tiempo medida en minutos (40 colones x minuto). Uber recibe una comisión del 23% por cada viaje.
- b. Tarifa dinámica: Generalmente el aumento de la tarifa se lleva a cabo en horas pico, fechas especiales, alguna tormenta, partido de fútbol, o en general un evento que aumenta la demanda del servicio. El usuario puede darse cuenta si la tarifa esta dinámica y en qué proporción aumentaron los precios. Según, Cristina de la Espriella (Gerente de mercadeo de Uber), esta tarifa es un algoritmo que se enciende y se apaga de forma independiente (sin manipulación humana) dependiendo de la demanda. Y que si hay demasiado demanda en una zona en específico se activa y se mantiene activa hasta que la oferta y demanda estén equitativas.

4.3 Análisis de competencia

La economía colaborativa en el sector transporte remunerado de personas en el país está más presente a través de Uber. Después del análisis de todas sus particularidades en el apartado anterior se puede evidenciar como Uber es un modelo colaborativo que incide en la economía de Costa Rica en diferentes variables. En los siguientes apartados demostrara en términos de empleo, ingreso e impuestos.

En el mercado colaborativo Uber en el periodo que se realizó la investigación no contaba con ningún tipo de competencia ya que no hay ninguna otra empresa basada en este principio colaborativo. En 2016 intentó incorporarse Cabify (otra empresa de transporte similar a Uber, basada en el principio colaborativo), sin embargo, no resultó. No obstante, en el sector transporte privado se podría decir que el modelo tradicional de taxis es la principal competencia de Uber, ya que labora de forma similar. Más adelante se dedica todo un apartado a la comparación del modelo colaborativo con el modelo tradicional.

La estructura del mercado de Uber, cerrando el mercado a economía colaborativa sería un monopolio ya que es la única empresa que se basa en este principio. No obstante, como se mencionó anteriormente, si se abre al sector transporte, tomando en cuenta el sector taxista, se considera un oligopolio. Según Uber Costa Rica, ellos no se considera un monopolio, ya que el taxi ofrece el mismo servicio que ellos. Tampoco se consideran una barrera para el mercado, sino más bien un complemento.

En la siguiente tabla se observan las principales variables que diferencian cada modelo, con el fin de analizar el impacto y comportamiento de la economía colaborativa frente al modelo de mercado tradicional en Costa Rica.

Tabla 14

Comparación modelo colaborativo y tradicional en sector transporte de Costa Rica.

Variables	Modelo colaborativo	Modelo tradicional
	Uber	Taxi
Empleo	22.000 socios colaboradores	12.500 taxistas
Cantidad de usuarios	784mil	No hay control de usuarios
Innovación	Aplicación celular Uber Uso de aplicación "Waze"	No cuenta con aplicación celular

Medio de pago	Pago automático con tarjeta Efectivo	Efectivo Algunos poseen datafono
Diversificación del servicio	Uber X Uber XL Uber VIP	Taxi
Precio	Ley de oferta y demanda basado en distancia, tiempo y tarifa base	Fijado por el ente regulador (ARESEP)
Tarifa	Regular (depende del tipo de servicio) Dinámica	Tarifa constante estipulada por el ARESEP, mediante la conocida “maría”.
Calidad	Muy Bueno	Malo
Tipo de vehículo	2009 en Adelante 4 puertas Aire acondicionado	Mínimo 15 años para renovación de unidad. Vehículo diferenciado color rojo con placa de taxi.
Estado del vehículo	Modelo reciente	Modelo no reciente
Disponibilidad	Inmediata (2-5 minutos en promedio)	No inmediata

Costo operacional	Gasolina Mantenimiento Comisión a Uber RTV Marchamo	Gasolina Mantenimiento Comisión a cooperativa (en caso de que pertenezca) RTV (2 veces al año) Marchamo Seguro
Costo de transacción	Casi nulos gracias a que la plataforma coincide fácilmente las necesidades	Mayores
Comisión	23% se lo queda Uber.	Depende de cada cooperativa.
Valor agregado	Mayor valor agregado gracias a la política de cancelación y tarifa dinámica.	Menor valor agregado
Tipo de licencia	B1	C1
Experiencia	2 años de haber emitido la primera licencia	2 años de haber emitido la primera licencia
Horario	No posee horario fijo	Horario fijo para los que laboran con cooperativas
Regulación	No regulados	Regulados

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede evidenciar en la tabla anterior, hay múltiples diferencias entre ambos modelos. Comenzando por los requisitos que requiere cada uno que van ligados estrechamente con la regulación. Los requisitos del modelo colaborativo son dictados por la empresa colaborativa, en este caso Uber, siguiendo los principios de esta economía. Por otro lado, los requerimientos del sector tradicional taxi, son dictados por el Estado, mediante ARESEP como se ha mencionado anteriormente y por la cooperativa de taxis que pertenezcan.

En términos de vehículo, hay una diferencia entre el modelo de los vehículos, ya que Uber posee un rango específico en lo que concierne con el modelo de este. Por lo tanto, Uber cuenta con modelos del 2009 en adelante y debe contar específicamente con aire acondicionado, mientras que el sector tradicional cuenta con un mínimo de 15 años de renovación de la unidad y no es obligatorio contar con aire acondicionado. Cabe mencionar que el sector tradicional también se diferencia por su color rojo, mientras que Uber no tiene ninguna especificación al respecto.

Respecto al tipo de licencia que se requiere para laborar en el modelo tradicional es la C1 por lo que se requiere otro tipo de exigencias para optar por esta, como cinco años de licencia B1 más la aprobación un curso. Además de tener una placa de taxi previamente. Cuando en el modelo colaborativo con una licencia B1 con dos años como mínimo desde su adquisición basta y no se requiere una placa en específico. Sobre los trámites, en ambos casos son similares porque en ambos se deben contar con las normativas de circulación, como ser aprobar la revisión técnica de vehículos (RTV) y marchamos además de contar con un seguro. La única diferencia radica en que los taxistas tienen un seguro especial ofrecido por el INS específicamente para este sector.

Las características anteriores influyen considerablemente en la preferencia de en qué modelo laborar, ya que al poseer menos requisitos y un proceso de inclusión a la población económicamente activa más rápido, un individuo desempleado optará por el modelo colaborativo ya que sabe que obtendrá beneficios de una manera más sencilla que por el sector tradicional. En general, el sector taxista al estar regulado posee una mayor cantidad de requisitos, no obstante, la cantidad de trámites o requerimientos no es un indicador de eficiencia ya que como se mostró en el cuadro comparativo, la calificación del estado del vehículo de los taxis se calificó como “malo” en comparación al “muy bueno” de Uber.

Sobre la tarifa el modelo comparativo al funcionar mediante la ley de oferta y demanda aumenta el precio según esta incrementa. En cambio, el modelo tradicional posee una tarifa regular siempre la cual está regulada por el ARESEP y no cambie, aunque la demanda aumente. El precio y cantidad de taxis en Costa Rica está determinado por el gobierno ya que es un servicio regulado, y como un mercado regulado el ajuste entre la demanda y la oferta no es lo mismo que en el libre mercado. Sin embargo, el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) si garantiza un entorno competitivo, mediante la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor:

“El objetivo de la presente Ley es proteger, efectivamente, los derechos y los intereses legítimos del consumidor, la tutela y la promoción del proceso de competencia y libre concurrencia, mediante la prevención, la prohibición de monopolios, las prácticas monopolísticas y otras restricciones al funcionamiento eficiente del mercado y la eliminación de las regulaciones innecesarias para las actividades económicas”. (Ley N°7472, 1994)

De acuerdo con esta regulación anterior que promueve la libre competencia, Uber pudo funcionar en el mercado costarricense y sus operaciones no fueron cerradas “de facto”. Por otra parte, el modelo colaborativo posee la característica de la tarifa dinámica la cual permite que se obtenga el mismo servicio sin larga espera, a diferencia del tradicional donde los consumidores reciben un servicio subóptimo ya que experimentarán una larga espera por la baja oferta en comparación a la elevada demanda del momento.

Adicionalmente para la plataforma colaborativa los precios son más rentables debido a que no pagan los impuestos a los que los taxistas están sujetos y ahí hay una variación considerable. Un 59% de los usuarios de ambos servicios consideran muy caros los servicios de taxi, mientras que un 75% considera los precios de Uber baratos. Aquí se presenta un contraste grande en términos de precios y la percepción de estos por los consumidores que afectan la preferencia del servicio. Aún más si el modelo colaborativo brinda más comodidades a menor precio que el servicio tradicional.

En relación con los costos, el modelo tradicional de taxis posee una cantidad mayor de costos operacionales que el modelo colaborativo, esto debido a la regulación, como se pueden observar en el cuadro comparativo. Sobre los costos de transacción, una de las características de la economía colaborativa consiste en que son casi nulos gracias a que la tecnología ayuda a coincidir necesidades. Para el modelo de taxis estos son más elevados.

Al mismo tiempo, en términos de impuestos a la propiedad de vehículos automotores, aeronaves y embarcaciones el sector taxista tiene una tarifa fija de ocho mil colones, mientras que para los socios colaboradores de Uber dependería del valor del vehículo que al requerir modelos más recientes el monto va a ser mayor. En este sentido, los taxistas tendrían una ventaja. Como se puede observar en la siguiente tabla

Tabla 15**Tarifas de impuesto a la propiedad de vehículos automotores, aeronaves y embarcaciones, 2020.**

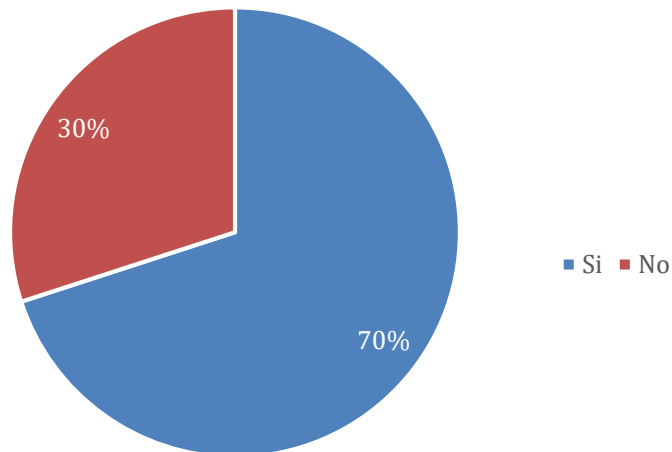
Valor	Tasa
Hasta ₡ 270.000,00	₡ 27.600,00
Sobre el exceso de ₡ 270.000,00 y hasta ₡ 1.050.000,00	1,2 %
Sobre el exceso de ₡ 1.050.000,00 y hasta ₡ 2.070.000,00	1,5 %
Sobre el exceso de ₡ 2.070.000,00 y hasta ₡ 3.130.000,00	2,0 %
Sobre el exceso de ₡ 3.130.000,00 y hasta ₡ 3.900.000,00	2,5 %
Sobre el exceso de ₡ 3.900.000,00 y hasta ₡ 4.680.000,00	3,0%
Sobre el exceso de ₡ 4.680.000,00	3,5 %
Excepciones:	
Transporte remunerado de personas (bus y taxi)	₡ 8.000,00
Camiones de carga pesada	₡ 8.000,00

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Hacienda de Costa Rica, 2020.

Por otro lado, uno de los principales aportes de la colaborativa en el sector transporte consta del empleo que ha brindado a Costa Rica, al contar con veintidós mil choferes colaboradores que reciben un ingreso gracias a esta plataforma. Para un 70% de individuos, Uber es su principal fuente de ingresos, por lo que se confirma la importancia de Uber en esta variable de empleo. Ya que más de la mitad de los socios colaboradores de Uber dependen del modelo colaborativo para subsistir, como se observa en el siguiente gráfico.

Gráfico 13

Cantidad de choferes colaboradores que considera a Uber como su principal fuente de ingresos en Costa Rica.



Fuente: Elaboración propia con la información recolectada del cuestionario a choferes colaboradores de Uber, 2018.

Además, según los resultados un 32% de los actuales colaboradores se encontraba desempleado, por lo que Uber, significativamente ha contribuido a la creación de empleo. Se puede observar en la tabla 16.

Tabla 16

Situación laboral antes de colaborar con Uber.

Situación laboral antes de colaborar con Uber	%
Era funcionario asalariado en una institución pública o privada	49%
Era taxista (formal o informal)	16%
Estaba desempleado	32%
Se dedicaba a administrar un negocio propio	3%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia con la información recolectada del cuestionario a choferes de Uber, 2018.

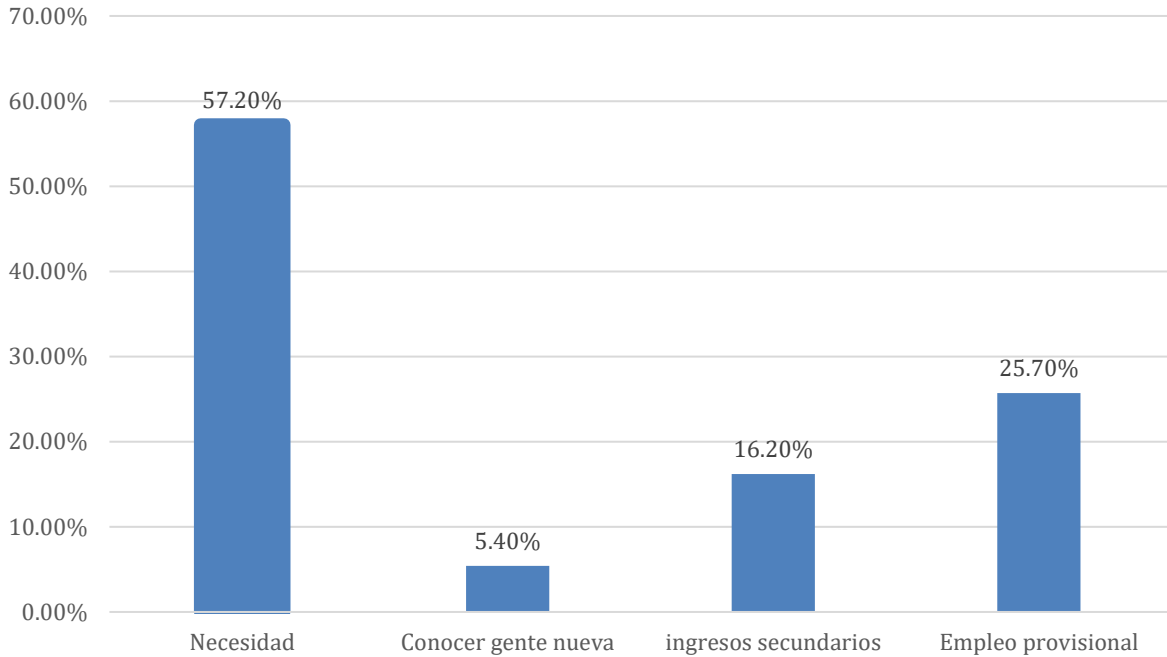
Uber ha contribuido al país no solo en empleo como se mencionó anteriormente, sino también en lo que es innovación en el sector transporte mediante la tecnología. Lo cual se refleja en la economía costarricense, ya que Uber prácticamente conquistó el mercado de transporte privado. Además, cuenta con 22mil colaboradores, cifra que casi duplica la de los taxistas. Lo cual indica que genera casi el doble de empleo el modelo colaborativo que el tradicional. Lo cual el sector taxista lo confirma, ya que desde la entrada de Uber al mercado la fuente de empleo ha disminuido.

Con lo anterior mencionado, se podría decir que el modelo colaborativo es el que se encuentra creando empleo para el sector transporte remunerado de personas de la sociedad costarricense, ya que domina este mercado, en comparación con el modelo tradicional de taxis. Este último modelo ha sido amenazado por el colaborativo, debido a que un 98% de los consumidores de ambos servicios prefiere el servicio colaborativo de Uber. Lo cual genera desempleo en el gremio taxista por la baja en la demanda del servicio.

El modelo colaborativo no solo crea empleo, sino que también es fuente de ingresos extra de muchos individuos que estudian o tienen otra fuente de empleo. Como se puede observar en el gráfico 13. En una economía como Costa Rica donde se tiene un desempleo alto de un 12%, se deberían abrir más las puertas a este tipo de modelos colaborativos que generan valores agregados. Este valor reduce el desempleo y podría generar microempresarios a futuro.

Gráfico 14

Razón principal por la cual labora con Uber en Costa Rica.

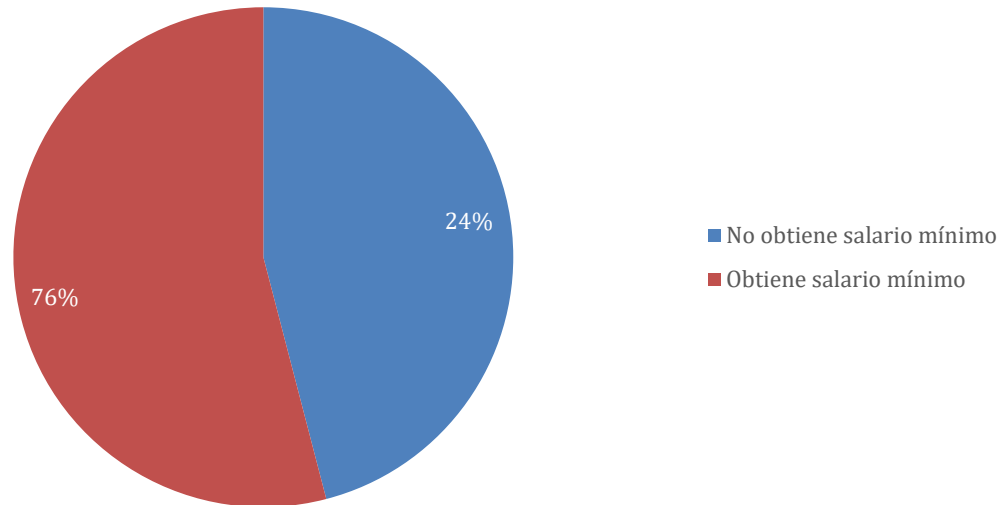


Fuente: Elaboración propia con la información recolectada del cuestionario a choferes de Uber, 2018.

Respecto al ingreso de los choferes, para el modelo colaborativo, la mayoría de la muestra, un 76%, indicó que su ingreso mensual se aproxima al salario mínimo establecido (421 mil colones). Se puede observar en el siguiente gráfico 14.

Gráfico 15

Choferes que generan salario mínimo con Uber en Costa Rica.



Fuente: Elaboración propia con la información recolectada del cuestionario a choferes colaboradores de Uber, 2018.

En el modelo tradicional, a los choferes les está costando bastante aproximarse al salario mínimo. De hecho, el número de taxistas se ha reducido por esta razón, no dan abasto con la cantidad de pagos y escasa demanda. Para el caso del modelo tradicional, claro está que la razón principal es para generar ingresos para sus familias ya que es la fuente de ingreso principal de los mismos. No obstante, para el caso de Uber es diferente, para la mayoría será su principal fuente, la economía colaborativa abre puertas para laborar en tiempos extras o inclusive para conocer gente. Un 16% indicó que utiliza Uber para generar ingresos secundarios en su tiempo extra y un 3% para conocer gente nueva, lo cual, en el modelo tradicional esta razón no existe.

Sobre la calificación por los consumidores de ambos servicios, Uber tiene la delantera con un 55% que lo califica como muy bueno y un 20% como excelente, en comparación al taxi que no tiene calificación excelente y un 51%, más de la mitad lo califica como malo (tabla 13) Esto debido que como los taxis prácticamente eran un monopolio en Costa Rica la falta de competencia afectó negativamente en el trato, profesionalismo y conducción de los taxistas.

Tabla 17

Calificación Uber y taxi por parte de consumidores en Costa Rica.

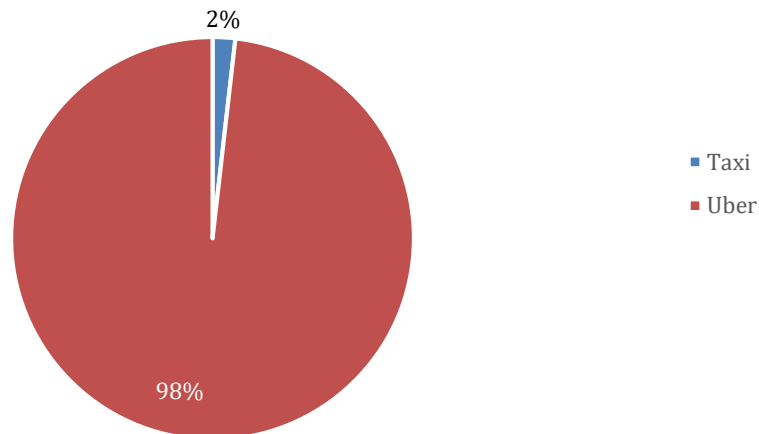
Calificación	Uber	Taxi
Excelente	20%	0%
Muy bueno	55%	2%
Bueno	23%	27%
Malo	0%	52%
Muy malo	2%	19%

Fuente: Elaboración propia con la información recolectada del cuestionario a consumidores de Uber y Taxi, 2018.

Los usuarios de ambos servicios en la muestra se inclinaron al modelo colaborativo como preferencia de servicio de transporte privado. La diferencia es abismal, ya que sólo un 2% prefirió el servicio tradicional. Un 98% de los consumidores prefiere el servicio de Uber por encima del servicio taxi como se puede observar en el gráfico 16. Lo anterior principalmente por motivos de seguridad, innovación y disponibilidad que brinda tanto la comunidad como la plataforma.

Gráfico 16

Preferencia de servicio de transporte privado en Costa Rica.



Fuente: Elaboración propia con la información recolectada del cuestionario a consumidores de Uber y Taxi, 2018.

Un 98% de los consumidores prefiere el servicio de Uber por encima del servicio taxi por motivos de seguridad, innovación y disponibilidad que brinda tanto la comunidad como la plataforma.

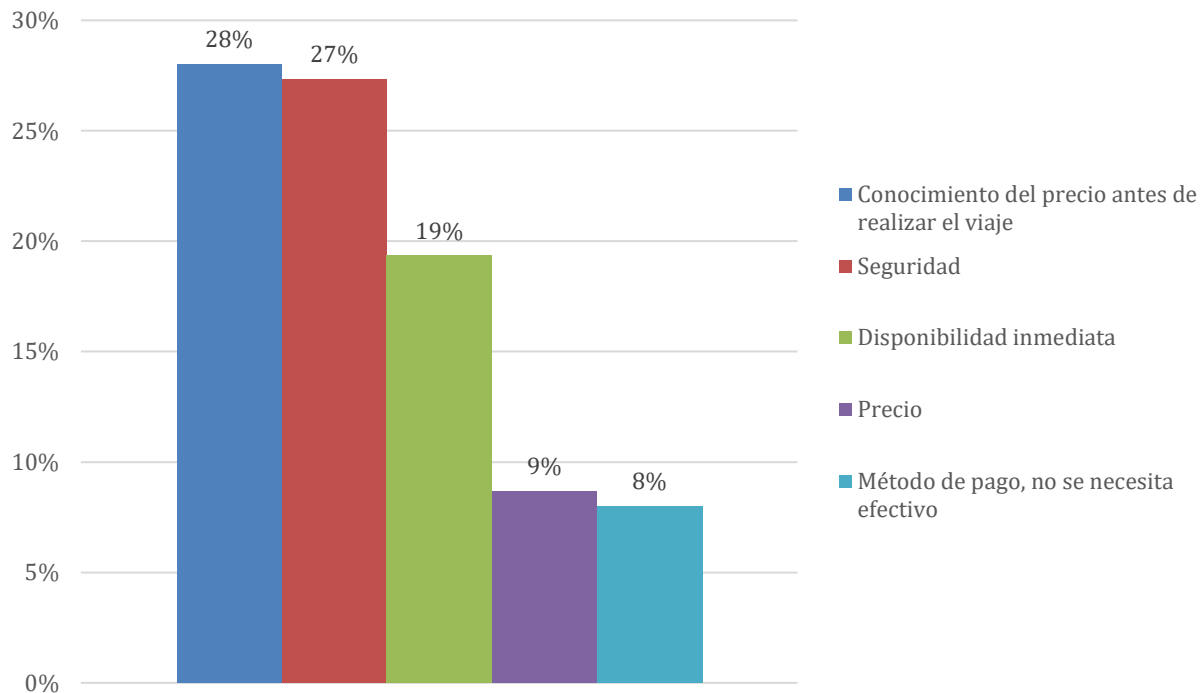
Sobre el aspecto que más le agrada al consumidor respecto a Uber, resaltan el conocimiento del precio antes de realizar el viaje, la seguridad y la disponibilidad inmediata, los cuales son posibles gracias a la tecnología del servicio. Es importante recalcar como el consumidor señala estas variables antes que el precio del servicio, por lo que su atracción hacia este depende de las particularidades en referencia a la tecnología, que es la que permite brindarlas.

Una de las características que diferencian a Uber del modelo tradicional es la navegación. Se conecta por satélite la cual le brinda la dirección exacta al chofer colaborador el destino sin tener que indicarlo, ya que al pedir el viaje el consumidor lo indica al igual que indica el precio. Por esta razón, lo que más les atrae a los consumidores de Uber es el conocimiento del precio antes de realizar el viaje (28%), cosa que en el modelo tradicional no se puede estimar, ya que depende de la tarifa de la "maría" estipulada por la Autoridad Reguladora de Servicios Públicos (ARESEP). La segunda razón es la seguridad (27%), esto debido a que los modelos colaborativos se deben basan en confianza y esto se refleja en los resultados obtenidos ya que los consumidores se sienten seguros compartiendo vehículo con los choferes colaboradores

A su vez, el tema de seguridad lo respalda en un 23% el sexo femenino ya que es la característica que más le agrada de Uber por medio de la plataforma como comunidad; al conocer previamente el nombre, número, placa y vehículo del chofer, además de las múltiples opciones de seguridad mencionadas anteriormente, entre ellas permitir que algún contacto pueda seguir el viaje. No obstante, ambos sexos coinciden en que el conocimiento del precio antes de realizar el viaje es de las particularidades que más les atrae. Con estas razones, claro está que el factor tecnológico del modelo colaborativo es quien le brinda el éxito a la plataforma de Uber. En el siguiente gráfico se pueden observar las principales 5 razones por las cuales utilizan el modelo colaborativo las cuales explican la preferencia por ese servicio

Gráfico 17

Característica que más agrada al consumidor respecto a Uber en Costa Rica.



Fuente: Elaboración propia con la información recolectada del cuestionario a consumidores de Uber y Taxi, 2018.

Cabe resaltar, que no sólo las innovaciones anteriores son las que motivan esta preferencia tan notoria, sino que consumidores han experimentados problemas con el sector taxista y muestran una disconformidad. Entre las principales se encuentra la falta de profesionalismo, tarifas incorrectas, seguridad, mala calidad del vehículo y conducción y navegación como se puede observar en la tabla 18.

Tabla 18

Problemas del sector taxista en Costa Rica.

Problema	%
Falta de profesionalismo	37%
Tarifa incorrecta	18%
Seguridad	13%
Mala calidad del vehículo	12%
Conducción y navegación	11%
No he tenido ningún problema	7%
Tiempo de espera	1%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia con la información recolectada del cuestionario a consumidores de Uber y Taxi, 2018.

Otra de las variables que explican este rechazo al sector taxista es el precio de los taxímetros (18%) o conocidas “marías” de los taxis, ya que no están de acuerdo con el precio y atribuyen que suelen estar alteradas. Un 93% indico que no consideran el precio adecuado contrastando a un 7% que si estaba de acuerdo. Situación que no sucede con Uber ya que el precio pueden conocerlo antes de iniciar el recorrido y se calcula según tiempo y kilometraje el cual también se puede tener acceso.

En la tabla 19 se observa un gran contraste en la percepción de precios por parte de los consumidores, más de la mitad, un 59% considera que el servicio tradicional ofrece precios caros, a diferencia del 1% que presenta el colaborativo. Mientras que un 5% considera que los precios de Uber son muy baratos, discrepando el 1% que presentan los precios del taxi. Se observa un comportamiento totalmente contrario de parte de cada modelo respecto a precios, saliendo beneficiado Uber. Variable en la cual los taxistas no pueden actuar al respecto ya que esta dictada según la Autoridad Reguladora de Servicios Públicos (ARESEP).

Tabla 19**Concepción de precios modelo colaborativo versus modelo tradicional en Costa Rica.**

Precio	Taxi	Uber
Muy caros	59%	1%
Caros	36%	20%
Baratos	3%	5%
Muy barato	1%	75%

Fuente: Elaboración propia con la información recolectada del cuestionario a consumidores de Uber y Taxi, 2018.

De acuerdo con todas las variables analizadas anteriormente, la economía colaborativa presenta un modelo más flexible y el proceso de intercambio es más rápido y eficiente. Desde la perspectiva del consumidor, está clara su preferencia al inclinarse casi que la totalidad al modelo colaborativo, mientras que del lado del proveedor cada vez un número más grande de socios se incorpora a Uber. Por ende, debería aprovecharse desde aspectos tanto sociales como económicos e inclusive impulsar otras plataformas colaborativas en distintas actividades económicas.

Con el análisis anterior, está más que claro que a economía colaborativa de Uber tiene una gran incidencia en la economía de Costa Rica. Por ende, este modelo exitoso en el país que brinda beneficio social como empleo e ingreso debería aprovecharse para generar aún más valor agregado. La falta de regulación principalmente en materia de impuestos, convierten a esta economía en una sumergida. Si se le presta atención por parte de las autoridades económicas a este tipo de modelos, se podrían empezar a contemplar en a la estructura productiva del país como una actividad económica más que genere ingresos para el Estado mediante impuestos. Podría aplicarse un impuesto sobre el valor agregado de los intercambios de servicios en esta plataforma basada en el principio colaborativo. A su vez, disminuiría la fuerte problemática entre el sector tradicional y transporte. Se debe considerar además la inexistente contribución de cargas sociales que presenta esta economía colaborativa, al no aportar a los fondos de pensiones ni a la caja costarricense del seguro social (CCSS).

No obstante, no es tan fácil introducir este tipo de controles principalmente por la incertidumbre legal respecto a esta libre prestación de servicios que difieren de la tradicional. Lo que sí es seguro es que brindaría flexibilidad y mejoras de eficiencia al sector transporte remunerado de personas formando una economía más competitiva. En este sentido, deben hacerse esfuerzos para la creación de una normativa de esta.

Además, se deberían tomar este tipo de modelos que tienen buenos resultados como ejemplos para crear mayor valor agregado en otros sectores, incorporando plataformas tecnológicas para eliminar asimetrías de información y posicionar microempresas en el mercado. A su vez, permite aprovechar los recursos subutilizados, aprovechando al máximo todos los recursos disponibles generando empleo, ingreso y contribuyendo también al medio ambiente. Sin embargo, para ello los modelos tradicionales que están caracterizados por ser conservadores deben aceptar estos cambios en la economía que llevan a una economía del desarrollo y del bienestar, mediante la adaptación de estos modelos colaborativos en la estructura productiva.

Capítulo 5: Conclusiones:

5.1 Conclusiones

De acuerdo con el análisis de los apartados anteriores en esta investigación, se evidencia la incidencia de la economía colaborativa en el sector de transporte remunerado de personas en Costa Rica mediante el caso de estudio Uber. Esto como consecuencia de la presencia de la plataforma colaborativa Uber, que rompiendo con el modelo de economía tradicional se implanta en el país impactando los indicadores macroeconómicos y microeconómicos del mismo.

En primera instancia, el crecimiento del sector servicios es el que empuja la economía de Costa Rica, manifestándose en un mayor peso en la estructura productiva del país, conduciendo a un mercado dependiente del sector terciario el cual explica más de la mitad del Producto Interno Bruto (PIB). Este sector a su vez estimula la economía colaborativa ya que la misma entra por medio de los servicios al país. No obstante, esta no forma parte de los registros de la estructura productiva debido a que no se refleja en la clasificación de las actividades económicas, por ende, en el PIB que estima el Banco Central, al considerarse un servicio informal; por esta razón, se presenta una ausencia de indicadores sobre la variable de estudio.

Sin embargo, mediante el análisis del comportamiento de las actividades económicas donde deberían incluirse estos servicios colaborativos, se refleja una disminución significativa mostrando variaciones a la baja en la tasa de crecimiento interanual del sector transporte y alojamiento (H), específicamente en el subsector transporte remunerado de taxi. A su vez, la cantidad de licencias de taxi (C1) emitidas por primera vez ha venido disminuyendo a través del tiempo, mostrando como este modelo tradicional de transporte se ha vuelto menos atractivo. En representación, se concluye una correlación directamente proporcional de las variables anteriores con la entrada de Uber a Costa Rica en el año 2015.

Respecto a normativa, no se cuenta con ninguna ley vigente para la regulación de este tipo de plataformas colaborativas, como es el caso de UBER, pero si existe un proyecto de ley para la regulación de los servicios de los transportes de personas por medio de plataformas tecnológicas, el cual, durante el período de estudio, no ha sido aprobado por la Asamblea Legislativa del país.

Se ha logrado demostrar una fuerte aceptación de los consumidores por la aplicación colaborativa de Uber específicamente por la generación de los “Millenials” que se refleja en la encuesta realizada por la demanda del servicio según el nicho de edad. Adicionalmente, la preferencia de los usuarios por la plataforma colaborativa en relación con el modelo tradicional es considerable, para diferentes variables claves como la tecnología; la cual permite brindar mayor seguridad, conocimiento del precio antes de brindar el servicio y disponibilidad inmediata gracias a la navegación geográfica, factores que los consumidores actuales consideran esenciales. Lo que nos permite concluir que el factor tecnológico es la variable clave de este modelo y de la preferencia de este. Además, podemos denotar que el

bienestar del consumidor se ha mejorado, a partir de la introducción de UBER en el país, ha aumentado la disponibilidad del servicio al contar con otro suplidor del mismo con la consecuente mejora en el precio correspondiente, también, podemos concluir que factores como la información más simétrica ha contribuido a una mayor eficiencia en esta industria.

Es decir, la economía colaborativa de Uber al ser un modelo de economía más flexible ofrece una posibilidad de innovar a la hora de transportarse y la posibilidad de compartir bienes sin necesidad de adquirirlos. Por su parte, la tecnología reduce los costos de transacción a un nivel casi nulo eliminando los problemas de asimetría de información del modelo de economía tradicional gracias a la plataforma colaborativa Uber basada en confianza y seguridad.

Por último, la economía colaborativa aporta a la empleabilidad en el país, ya que Uber es la principal fuente de ingreso de la mayoría de los socios colaboradores, donde muchos antes de colaborar en la aplicación se encontraban desempleados. Adicionalmente le genera ingresos como empleo temporal a muchos que se encuentran en búsqueda de uno. Gracias a que no existen horarios para los choferes, muchos pueden desarrollarse profesionalmente en otra rama, estudiar y atender a sus familias, ya que Uber les brinda la posibilidad de ser sus propios jefes y a la vez generar ingresos secundarios. No obstante, es importante resaltar como a su vez presenta informalidad laboral, precariedad de empleo y no pago de derechos laborales; por lo que no brinda los beneficios sociales que al colaborador le correspondería, producto del modelo de negocio que utiliza la empresa UBER de no contratar personal sino darles la categoría de colaborador, lo que pudimos confirmar en esta investigación, siendo una modalidad de empleabilidad similar al trabajo por servicios o destajo.

Esto nos permite concluir, en términos microeconómicos que el excedente del productor es distinto para la empresa Uber y para el colaborador, mientras la empresa puede obtener una ganancia a partir de su modelo de desarrollo, a partir del trabajo de sus colaboradores, por su parte, los colaboradores -los que realizan el servicio- tienen un modelo de empleabilidad al margen de las condiciones normativas labores existente en el país.

Además, no podemos omitir, y aunque no era parte del ámbito de estudio de esta investigación, pero si podemos evidenciarlo a partir de las entrevistas realizada que la empresa, que existe una transferencia de valor, mediante la redistribución de utilidades, de la economía nacional a otra de índole internacional, ya que UBER no es una empresa nacional.

Con lo anterior mencionado, la principal debilidad del sistema colaborativo es la inexistente regulación. Esta ausencia en el marco legal afecta la variable empleo en el sentido de derechos laborales ya que se muestra una precariedad del empleo según el concepto de trabajo decente según la Organización Internacional del Trabajo. Lo anterior conlleva a que no contribuya con un modelo más equitativo y de bienestar de empleabilidad. Adicionalmente, podemos concluir también, el efecto social que tiene este modelo de negocio a nivel país, ya que esta ausencia de regulación también impacta el sistema de pago de impuestos, de toda la cadena de valor, eludiendo la contribución recaudatoria de este tipo de economía colaborativa.

5.2 Recomendaciones

Primeramente, se considera el factor regulatorio fundamental, por lo que en esta materia se recomienda avanzar con el proyecto de ley vigente ya que al no encontrarse sujeto a alguna normativa y no pagar impuestos afecta las finanzas públicas del país las cuales no se encuentran en las mejores condiciones actuales. Con la inclusión de una regulación al modelo colaborativo, el estado puede recibir ingresos mejorando la situación fiscal del país por lo que sería pertinente enfocarse en la creación de una ley para la regulación de las plataformas colaborativas, no sólo en transporte sino también en alojamiento que son los principales sectores donde se encuentra la economía colaborativa. Esta recomendación será la base para que las siguientes puedan efectuarse.

La falta de indicadores en Costa Rica como consecuencia de no contemplar la economía colaborativa como actividad económica en el Producto Interno Bruto, no permite analizar su impacto directo en la realidad económica y se debe corregir esta falta de información para permitir la creación de una política económica más efectiva para el desarrollo nacional. Además, de la importancia de medir mediante indicadores a corto, mediano y largo plazo estos nuevos mercados emergentes que inciden las variables ingreso y empleo en la dinamización de la economía. Al contar con indicadores se podría pronosticar la posibilidad de generación de ingresos y de esta manera sacarle provecho a este modelo.

Es decir, se considera necesario incluir un marco regulatorio en Costa Rica para la economía colaborativa y contemplarla en estructura productiva agregándola como actividad económica. Esto se puede realizar gracias al factor tecnológico de este modelo, pues todas las transacciones se encuentran digitalizadas y con una regulación se podría legalizar. Por lo que se recomienda realizar investigaciones sobre el papel de la economía colaborativa en el bienestar y desarrollo de Costa Rica, ya que, como se mencionó, puede precarizar el trabajo y al no pagar impuestos no contribuye en el desarrollo de este.

Lo anterior con el fin de implementar un plan integral para su regulación donde se incluya un cumplimiento del pago de contribuciones y derechos laborales para que sea un modelo equitativo tanto desde la perspectiva de impuestos como de bienestar de empleabilidad.

También es relevante, y por el carácter exploratorio de esta investigación, plantear la relevancia de realizar nuevos estudios sobre los aportes en empleabilidad y su relación con el concepto de trabajo decente y la normativa laboral del país, de la economía colaborativa en general y de Uber de forma específica.

Corrigiendo las faltas anteriores mediante una normativa y estudios posteriores de su impacto en la economía, se podría potencializar la economía colaborativa como una herramienta de política económica, por lo que sería oportuno tomar esta investigación como base para realizar, también, una evaluación de la economía colaborativa como plan de inclusión social y económico a largo plazo.

Por otro lado, la economía colaborativa podría utilizarse como una fuente de emprendimiento para microempresarios nacionales fomentando la innovación y el factor tecnológico con el fin de brindar un valor agregado a la sociedad costarricense. Por lo que se recomienda aprender de esta experiencia productiva con el objetivo de incentivar este tipo de “start ups” colaborativos, como el caso de Uber, y que como se demostró en la investigación pueden contribuir en el ámbito económico y social, con los contrapesos regulatorios óptimos, en el desarrollo de muchos países y en Costa Rica.

Referencias:

ARESEP (2020). Autoridad Reguladora de los servicios Públicos. Recuperado de: <https://aresep.go.cr/>

Airbnb. (2020). *Sobre nosotros*. Recuperado de <https://news.airbnb.com/es/about-us/>

Banco Central de Costa Rica, (2019). *Indicadores Económicos*. Recuperado de: <https://www.bccr.fi.cr/seccion-indicadores-economicos/indicadores-econ%C3%B3micos>

Banco Central de Costa Rica, (2019). *Cambio de año base*. Recuperado de: <https://activos.bccr.fi.cr/sitios/bccr/proyectocambioannyobase/DocProyectoCambioAnnyoBase/documentoscnaodocpresentaciones/Presentacion CAB.pdf>

Barrantes, R. (2000). *Un camino al conocimiento: Un enfoque cuantitativo y cualitativo*. San José: UNED

Beltran, A. (2018). *Plataformas de economía colaborativa: Una mirada global*. Recuperado del sitio de internet Asociación española de profesionales del turismo: http://www.aept.org/archivos/documentos/ostelea_informe_economia_colaborativa.pdf

BID. (2016). *Economía Colaborativa en América Latina*. Recuperado de <https://publications.iadb.org/handle/11319/7806?locale-attribute=pt&>

Botsman, R., & Rogers, R. (2012). *Whats Mine is Yours: The rise of collaborative consumption*. New York: Harper Collins.

Cañigueral, Albert (2014). *Vivir mejor con menos: Descubre las ventajas de la nueva economía colaborativa*. Barcelona: Conecta

COSEVI (2020). *Cantidad de licencias emitidas por primera vez por tipo de licencia*. Recuperado de: <http://datosabiertos.csv.go.cr/dataviews/247120/cantidad-de-licencias-emitidas-por-primera-vez-por-tipo-de-licencia/>

Diaz, P & Leyva, W. (2013). *Metodología para determinar la calidad de los instrumentos de evaluación*. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/260777845 Metodologia para determinar la calidad de los instrumentos de evaluacion](https://www.researchgate.net/publication/260777845_Metodologia_para_determinar_la_calidad_de_los_instrumentos_de_evaluacion)

Diez, S. (2015). *La economía colaborativa: un nuevo modelo de consumo que requiere la atención de política económica*. Recuperado de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/15665/1/TFG-E-141.pdf>

Economía Circular.org. (s.f.). *Economía Circular*. Recuperado de http://economiecircular.org/wp/?page_id=62

Economistas. (2016), *Turismo colaborativo: ¿está AirBnB transformando el sector del alojamiento?* Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10045/73628>

Ellen MacArthur Foundation. (2015). *Hacia Una Economía Circular: Motivos Económicos Para Una Transición Acelerada*. Recuperado de: https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/Executive_summary_SP.pdf

Espinoza, X. (2020). Perspectivas de la Economía Colaborativa en el Ecuador: Caso Uber® y Airbnb®. *Yachana Revista Científica*, 9(1). <https://doi.org/10.1234/yach.v9i1.623>

García, A., 2019. *La Economía Colaborativa. Su Evolución*. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Pontificia Comillas (ICADE), Madrid, España.

Glovo. (2020). *Glovo*. Obtenido de <https://glovoapp.com/es/faq>

Heo, C. Y. (2016), «Sharing economy and prospects in tourism research», *Annals of Tourism Research*, 58(C), 166-170

Inter-american Development Bank & IE Business School (2016). *Economía Colaborativa en América Latina*. Recuperado de: <https://publications.iadb.org/es/publicacion/15641/economia-colaborativa-en-america-latina>

Mankiw, G. (2020). *Principios de Macroeconomía*. México: Cengage Learning Editores.

Manzani, E., & Vezzoli, C. (2012). *Product-Service Systems and Sustainability*. Recuperado de Science Direct: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212827115000645>

Ministerio de Hacienda (2020). *Tarifas de impuesto a la propiedad de vehículos automotores*. Recuperado de <https://www.hacienda.go.cr/contenido/14426-tarifas-impuesto-a-la-propiedad-de-vehiculos-automotores-aeronaves-y-embarcaciones>

Moon, Y. (2015). *Uber: Changing the Way the Worlds Moves (Case316-101)*. Recuperado del sitio Harvard Business School: <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=50102>

Nielsen. (2009). *Television Audience Report*. Recuperado de <https://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2009/more-than-half-the-homes-in-us-have-three-or-more-tvs.html>

Rodríguez, et al. (2018). *Estudios Económicos Sectoriales: Regulación y Competencia en Economías Colaborativas* (No.19). Recuperado de la Superintendencia de Industria y Comercio: [https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Proteccion Competencia/Estudios Economicos/Documentos elaborados Grupo Estudios Economicos/Economias Colaborativas GEE final.pdf](https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Proteccion%20Competencia/Estudios%20Economicos/Documentos%20elaborados%20Grupo%20Estudios%20Economicos/Economias%20Colaborativas%20GEE%20final.pdf)

Rodríguez, V. (2014). *Fallas de mercado y regulación económica. Quipukamayoc*, 21(39), 99-111. <https://doi.org/10.15381/quipu.v21i39.6800>

Sampieri, R. H., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de Investigación*. México: Mc Graw-Hill.

Sawe, B. (2018). *Continents Of The World By Degree Of Urbanization, WorldAtlas*. Recuperado de: <https://www.worldatlas.com/articles/continents-of-the-world-by-degree-of-urbanization.html>

Scheffer, R., Mendenhall, W. & Lyman, R. (1993). *Elementos de muestreo*. Madrid: Thomson.

Slee, T. (2016). *Lo tuyo es mío: contra la economía colaborativa*. Barcelona: Penguin Random House Grupo.

Statista. (2020). *Worldwide digital population*. Recuperado de: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>

(2015). *Revenue of collaborative economy platforms in Europe in 2015, by sector*. Recuperado del sitio de internet Statista: <https://www.statista.com/statistics/576048/collaborative-economy-sector-revenues-in-europe/>

Stiglitz, J. (2012). *El precio de la desigualdad*. Madrid: Editorial Taurus.

Tirole, J. (1998) *The theory of industrial Organization*. Barcelona: Editorial Ariel, S.A.

UBER. (2018). *Información de la empresa*. Recuperado de Uber: <https://www.uber.com/es-CR/newsroom/company-info/>

UBER. (2020). *Uber*. Obtenido de <https://www.uber.com/>

Anexos:

Anexo 1

Cuestionario para choferes de Uber

Tesis de licenciatura – Camila Garaizabal – Universidad Nacional de Costa Rica 2018

“La incidencia de la economía colaborativa en el sector transporte remunerado de personas en Costa Rica. El caso UBER”.

El presente cuestionario tiene como objetivo analizar diferentes variables relacionadas al mercado colaborativo en Costa Rica en el sector transporte, particularmente el caso Uber. Con lo anterior mencionado, todas las preguntas son específicamente para conductores de la empresa Uber. Toda la información que brinde será tratada de manera confidencial. Los resultados se publicarán de manera agregada ya que el objetivo es meramente académico.

Indicaciones: Marque con una (X) la única opción que considera correcta en cada pregunta

Parte A: Características del chofer Uber

- a. ¿En qué año inició como chofer de Uber?
1. () 2015
 2. () 2016
 3. () 2017
 4. () 2018
- b. El vehículo que utiliza para trabajar con Uber es:
1. () Propio
 2. () Alquilado
 3. () Prestado
- c. ¿Considera a Uber como su principal fuente de ingresos?
1. () Si
 2. () No
- d. Además de lo que gana como conductor, ¿tiene otro tipo de ingreso?
1. () Si
 2. () No
- e. ¿Le genera Uber al menos un salario mínimo mensual? (431mil colones mensuales)

1. Si
 2. No
- f. ¿Aproximadamente cuál es el rango salarial que obtiene mensualmente con Uber (descontando los gastos por gasolina y otros)?
1. Menos de 300mil colones
 2. Entre 300mil y 399mil colones
 3. Entre 400mil y 499mil colones
 4. Entre 500mil y 649mil colones
 5. Entre 650mil y 799mil colones
 6. Más de 800mil
- g. ¿Cuál era su situación laboral antes de trabajar para Uber?
1. Se dedicaba a administrar un negocio propio
 2. Era taxista (formal o informal)
 3. Estaba desempleado
 4. Gozaba únicamente de su jubilación
 5. Era funcionario asalariado en una institución pública o privada
- h. Indique la razón principal por la cual labora con Uber:
1. Necesidad
 2. Conocer gente nueva
 3. Ingresos secundarios en su tiempo extra
 4. Empleo provisional
- i. ¿Tiene algún conocimiento sobre el consumo colaborativo? El cual utiliza plataformas digitales a través de las cuales los usuarios se ponen en contacto para intercambiar bienes o artículos
1. Si
 2. No
- j. ¿Considera a Uber como una comunidad en la cual usted forma parte?
1. Si
 2. No

Parte B: Oferta del servicio Uber

k. Marque las casillas que correspondan a su horario habitual como chofer de Uber cada día de la semana. En caso de que no suela laborar ese día no seleccione ninguna.

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
12:00:00 a.m. 01:00:00 a.m.	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No
01:00:00 a.m. 02:00:00 a.m.	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No
02:00:00 a.m. 03:00:00 a.m.	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No
03:00:00 a.m. 04:00:00 a.m.	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No
04:00:00 a.m. 05:00:00 a.m.	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No
05:00:00 a.m. 06:00:00 a.m.	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No
06:00:00 a.m. 07:00:00 a.m.	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No
07:00:00 a.m. 08:00:00 a.m.	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No
08:00:00 a.m. 09:00:00 a.m.	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No
09:00:00 a.m. 10:00:00 a.m.	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No
10:00:00 a.m. 11:00:00 a.m.	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No
11:00:00 a.m. 12:00:00 p.m.	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No
12:00:00 p.m. 01:00:00 p.m.	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No
01:00:00 p.m. 02:00:00 p.m.	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No
02:00:00 p.m. 03:00:00 p.m.	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No
03:00:00 p.m. 04:00:00 p.m.	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No
04:00:00 p.m. 05:00:00 p.m.	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No
05:00:00 p.m. 06:00:00 p.m.	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No
06:00:00 p.m. 07:00:00 p.m.	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No
07:00:00 p.m. 08:00:00 p.m.	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No
08:00:00 p.m. 09:00:00 p.m.	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No
09:00:00 p.m. 10:00:00 p.m.	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No
10:00:00 p.m. 11:00:00 p.m.	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No
11:00:00 p.m. 12:00:00 a.m.	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No	1. <input type="checkbox"/> Si 2. <input type="checkbox"/> No

l. ¿Cuántos viajes realiza aproximadamente en una semana?

1. () Entre 0 y 10
2. () Entre 11 y 20
3. () Entre 21 y 30
4. () Entre 31 y 40
5. () Entre 41 y 50
6. () Entre 51 y 60
7. () Entre 61 y 70
8. () Entre 71 y 80
9. () Más de 80

m. ¿Considera adecuada la comisión de Uber por cada viaje?

1. Si
2. No

Parte C: Demanda del servicio Uber

n. ¿En qué rango de edad se encuentran la mayoría de las personas a las cuales usted les brinda el servicio?

1. 15 años o menos
2. De 16 a 25 años
3. De 26 a 50 años
4. De 51 en adelante

o. La mayoría de las personas a las cuales usted les brinda el servicio cumple la siguiente característica:

1. Estudiantes que se dirigen al colegio/universidad o a sus hogares.
2. Empresarios que se dirigen al trabajo o del trabajo a su hogar.
3. Amas de hogar que realizan algún mandado.
4. Jóvenes que se dirigen o vuelven de alguna fiesta/bar
5. Adultos que se dirigen o vuelven de alguna fiesta/bar
6. Adultos mayores que se dirigen a realizar una diligencia.

p. Considera a la mayoría de los consumidores del servicio Uber de nivel socioeconómico:

1. Bajo
2. Medio bajo
3. Medio
4. Medio alto
5. Alto

q. ¿Considera que los consumidores del servicio Uber estarían dispuestos a pagar un precio más elevado por el mismo servicio?

1. Si
2. No

r. ¿En qué provincia se concentra la mayor demanda del servicio?

1. Alajuela
2. Heredia
3. San José
4. Cartago

- 5. () Puntarenas
- 6. () Limón
- 7. () Guanacaste

Parte D: Debilidades y fortalezas

s. ¿Considera los precios que dicta Uber por los servicios que usted brinda adecuados?

- 1. () Si
- 2. () No

t. ¿Está de acuerdo con la tarifa dinámica?

- 1. () Si
- 2. () No

u. ¿Cómo considera el trato de la empresa Uber con sus empleados?

- 1. () Excelente
- 2. () Bueno
- 3. () Regular
- 4. () Malo
- 5. () Muy malo

v. ¿Cree que Uber debería estar regulado por la ley en términos tributarios y de transporte público?

- 1. () Si
- 2. () No

Parte E: Información del chofer de Uber

w. ¿Cuál es su sexo?

- 1. () Hombre
- 2. () Mujer

x. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?

- 1. () De 20 a 25 años
- 2. () De 26 a 30 años
- 3. () De 31 a 35 años
- 4. () De 36 a 40 años

5. () De 41 a 45 años
6. () De 46 a 50 años
7. () De 51 años en adelante

y. ¿En qué provincia reside actualmente?

1. () Alajuela
2. () Heredia
3. () San José
4. () Cartago
5. () Puntarenas
6. () Puntarenas
7. () Limón

z. ¿Cuál fue su último nivel académico alcanzado?

1. () Primaria incompleta
2. () Primaria completa
3. () Bachillerato incompleto de secundaria
4. () Bachillerato completo de secundaria
5. () Carrera universitaria incompleta
6. () Carrera universitaria completa
7. () Título técnico

Anexo 2

Cuestionario a consumidores de Uber y Taxi

Tesis de licenciatura – Camila Garaizabal – Universidad Nacional de Costa Rica 2018

“La incidencia de la economía colaborativa en el sector transporte remunerado de personas en Costa Rica. El caso UBER”.

El presente cuestionario cerrado tiene como objetivo analizar diferentes variables relacionadas al consumo colaborativo en Costa Rica en el sector transporte, particularmente el caso Uber. Con lo anterior mencionado, todas las preguntas son específicamente para consumidores del servicio Uber y taxi. Toda la información que brinde será tratada de manera confidencial. Los resultados se publicarán de manera agregada ya que el objetivo es meramente académico.

Indicaciones: Marque con una (X) la única opción que considera correcta en cada pregunta.

Parte A: Características del consumidor

a. ¿Cuál es su sexo?

1. () Mujer
2. () Hombre

b. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?

1. () 15 años o menos
2. () De 16 a 25 años
3. () De 26 a 50 años
4. () De 51 en adelante

c. ¿En qué provincia reside actualmente?

1. () Alajuela
2. () Heredia
3. () San José
4. () Cartago
5. () Puntarenas
6. () Guanacaste
7. () Limón

Parte B: Demanda del servicio Uber

d. ¿Ha utilizado al menos una vez el servicio de Uber?

1. () Si
2. () No

e. ¿Ha utilizado el servicio de Uber en los últimos 3 meses?

1. Si
2. No

f. ¿Con qué frecuencia utiliza el servicio Uber?

1. Diario
2. De dos a tres veces por semana
3. Una vez a la semana
4. Una vez a la quincena
5. Una vez al mes
6. No lo utiliza frecuentemente

g. Seleccione la cantidad de viajes que suele realizar al mes con el servicio Uber:

1. De 0 a 5 viajes
2. De 6 a 10 viajes
3. De 11 a 20 viajes
4. 21 viajes a 30 viajes
5. 31 viajes o más

h. ¿Cuál es el fin principal por el cual utiliza o ha utilizado Uber?

1. Ir a clases
2. Ir a trabajar
3. Salir de noche
4. Asuntos personales

Parte B: Servicio Uber

i. ¿Cómo conoció Uber?

1. Anuncio de Uber
2. Familiar o amigo
3. Taxista
4. Redes sociales
5. Medios de comunicación

j. ¿Considera a Uber como una comunidad en la cual usted forma parte?

1. Si
2. No

k. ¿Qué servicio suele utilizar o ha utilizado? (puede marcar más de una opción, respuesta múltiple)

1. Uber xl
2. Uber x

Parte C: Fortalezas y debilidades

l. ¿Cómo calificaría el estado de vehículo de los Uber?

1. Excelente
2. Muy bueno
3. Bueno
4. Malo
5. Muy malo

m. ¿Cómo considera los métodos de reporte de problemas en Uber?

1. Excelente
2. Muy bueno
3. Bueno
4. Malo
5. Muy malo

n. ¿Cómo considera los precios de Uber?

1. Excesivamente caros
2. Caros
3. Baratos
4. Muy barato

o. ¿Considera adecuada la tarifa dinámica de Uber?

1. Si
2. No

p. ¿Ha sufrido algún problema con el servicio Uber? Indique una opción:

1. No he tenido ningún problema
2. Tiempo de espera
3. Seguridad
4. Conducción y navegación
5. Falta de profesionalismo
6. Mala calidad del vehículo
7. Tarifa incorrecta

q. ¿Qué es lo que más le agrada de Uber? Indique una opción:

1. () Seguridad
2. () Trazabilidad
3. () Disponibilidad inmediata
4. () Conducción y navegación
5. () Profesionalismo
6. () Calidad del vehículo
7. () Conocimiento del precio antes de realizar el viaje
8. () Precio
9. () Aplicación
10. () Estimación de hora de llegada
11. () Método de pago, no se necesita efectivo

r. ¿Cómo calificaría el servicio de Uber?

1. () Excelente
2. () Muy bueno
3. () Bueno
4. () Malo
5. () Muy malo

Parte D: Demanda del Servicio Taxi

s. ¿Ha utilizado al menos una vez el servicio de Taxi?

1. () Si
2. () No

t. ¿Ha utilizado el servicio de taxi en los últimos 3 meses?

1. () Si
2. () No

u. ¿Con que frecuencia utiliza el servicio taxi?

1. () Diario
2. () De dos a tres veces por semana
3. () Una vez a la semana
4. () Una vez a la quincena
5. () Una vez al mes
6. () No lo utiliza frecuentemente

v. Seleccione la cantidad de viajes que suele realizar al mes con el servicio taxi:

1. () De 0 a 5 viajes
2. () De 6 a 10 viajes
3. () De 11 a 20 viajes
4. () 21 viajes a 30 viajes
5. () 31 viajes o más

w. ¿Cuál es el fin principal por el cual utiliza o ha utilizado el servicio taxi?

1. () Ir a clases
2. () Ir a trabajar
3. () Salir de noche
4. () Asuntos personales

Parte E: Servicio Taxi

x. ¿Considera a los taxis como una comunidad en la cual usted forma parte?

1. () Si
2. () No

y. ¿Qué servicio utiliza con frecuencia?

1. () Taxi en paradas
2. () Central de taxis

Parte F: Fortalezas y debilidades

z. ¿Cómo calificaría el estado de vehículo de los taxis?

1. () Excelente
2. () Muy bueno
3. () Bueno
4. () Malo
5. () Muy malo

aa. ¿Cómo considera los métodos de reporte de problemas de los taxis?

1. () Excelente
2. () Muy bueno
3. () Bueno
4. () Malo
5. () Muy malo

bb. ¿Cómo considera los precios de los taxis?

1. () Excesivamente caros

2. () Caros
3. () Baratos
4. () Muy barato

cc. ¿Considera adecuada la tarifa de la maría de los taxis?

1. () Si
2. () No

dd. ¿Ha sufrido algún problema con el servicio taxi? Indique una opción:

1. () No he tenido ningún problema
2. () Tiempo de espera
3. () Seguridad
4. () Conducción y navegación
5. () Falta de profesionalismo
6. () Mala calidad del vehículo
7. () Tarifa incorrecta

ee. ¿Qué es lo que más le agrada del taxi? Indique una opción:

1. () Seguridad
2. () Conducción y navegación
3. () Profesionalismo
4. () Calidad del vehículo
5. () Precio
6. () Disponibilidad
7. () Servicio tradicional

ff. ¿Cómo calificaría el servicio de taxi?

1. () Excelente
2. () Muy bueno
3. () Bueno
4. () Malo
5. () Muy malo

Parte G: Preferencia del servicio de transporte

gg. ¿Cuál servicio prefiere para transportarse?

1. () Uber
2. () Taxi

hh. ¿Por qué prefiere ese servicio? Indique una opción:

1. () Precio
2. () Seguridad
3. () Comodidad
4. () Disponibilidad
5. () Trazabilidad
6. () Comunidad
7. () Innovación

Anexo 3

Entrevista

Sra. Cristina de la Espriella

Gerencia Uber Costa Rica

Edificio Cedral San José, Costa Rica

Esta entrevista se realiza con el fin de portar información primara para la tesis de licenciatura “La incidencia de la economía colaborativa en el sector transporte remunerado de personas en Costa Rica. El caso UBER” de la Universidad Nacional de Costa Rica elaborada por Camila Garaizabal. Toda la información brindada será meramente para objetivos académicos.

Parte A: Economía colaborativa

1. ¿Cómo inicio Uber en Costa Rica?
2. ¿Considera a Uber como una empresa basada en la economía colaborativa?
3. ¿Considera a Uber una comunidad? ¿Por qué?
4. ¿Cuál es la diferencia entre el modelo colaborativo de Uber y el tradicional de taxis?

Parte B: Mercado

5. ¿Podría contrastar Uber Costa Rica con otros países en los cuales se utiliza?
6. ¿Cuáles provincias abarca Uber?
7. ¿Tiene Uber costos de transacción?
8. ¿Cuáles son los costos operacionales de un chofer de Uber?
9. ¿Es Uber una barrera en el sector transporte para el mercado costarricense?
10. ¿Considera Uber un monopolio en Costa Rica? ¿Por qué?
11. ¿Cree que no es necesario un intermediario en el mercado?
12. ¿Qué servicio sustituto considera que tiene Uber?
13. Indique la competencia de Uber en Costa Rica
14. ¿Podría mencionar 3 fortalezas y debilidades de Uber?

Fortalezas:

- 1-
- 2-
- 3-

Debilidades

- 1-
- 2-

15. ¿Considera que Uber ha reducido el desempleo?

16. ¿Consideran adecuada la comisión cobrada a los choferes de Uber por cada viaje?
17. ¿Qué aspectos se podrían mejorar de Uber Costa Rica?
18. ¿Cuál es la contribución de Uber para la sociedad costarricense?
19. ¿Qué consideración tomaría en cuenta para fortalecer o mejorar el modelo colaborativo de Uber?
20. ¿Considera que Uber tiene alguna amenaza?
21. ¿Qué gama de servicios tienen?

Anexo 4

Entrevista

Sr. Allan Sandoval

COOPEMARGARITA R.L.

La presente entrevista tiene como objetivo portar información primaria para realizar una comparación del modelo tradicional de taxis y el modelo colaborativo de Uber como parte de la tesis de licenciatura de Camila Garaizabal para la Universidad Nacional de Costa Rica. Toda la información brindada será meramente para objetivos académicos.

Parte A: Cooperativa COOPEMARGARITA

1. ¿Cuál es la cantidad de taxis en circulación actualmente en COOPEMARGARITA?
2. ¿Aproximadamente cuántas horas al día labora un taxi de COOPEMARGARITA?
¿Existe un horario que deben cumplir?
3. ¿Aproximadamente cuantos viajes realiza un taxi de COOPEMARGARITA en un día laborado?
4. ¿Qué normas se les imponen a los vehículos de COOPEMARGARITA?
5. ¿Todos los taxis en la cooperativa alcanzan el salario mínimo establecido por la ley de 421mil colones mensuales?
6. ¿Existen taxis en la cooperativa los cuales poseen otro empleo adicional?

Parte A: Mercado

7. ¿Qué costos operacionales poseen los taxis?
8. ¿Considera el gremio taxista un monopolio en Costa Rica?
9. ¿Podría mencionar una amenaza del gremio taxista en Costa Rica?
10. ¿Considera que el precio establecido por la entidad reguladora es el precio de equilibrio del mercado?

11. ¿Podría mencionar una fortaleza del modelo tradicional de taxis en Costa Rica?
12. ¿Considera que el gremio taxista ha reducido el desempleo del país?
13. ¿Cuál es la contribución del gremio taxista a la sociedad?
14. ¿Podría mencionar una debilidad del gremio taxista?
15. ¿Qué consideración tomaría en cuenta para fortalecer el modelo tradicional de taxis en Costa Rica?
16. ¿Qué podría mejorar el gremio taxista?