UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

**PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA DEL
EMPRENDIMIENTO**

“La influencia del consumo colaborativo en el estilo de vida de la sociedad
limeña en el Perú. Uso de los aplicativos móviles de Geolocalización en el
Sector Transporte durante el período 2013 al 2017”

TESIS

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración y Gerencia del
Emprendimiento

AUTOR(ES)

García Flores, Celso José (0000-0003-3819-291X)

Hidalgo Boyd, Gian Carlo (0000-0003-2911-1209)

ASESOR

Nureña Yafac, Nicolás Alfonso (0000-0002-3570-0803)

Lima, 17 de Noviembre del 2018

DEDICATORIA

*Celso García: Dedico este trabajo a mi esposa Guisella,
mi hijo Celso Santiago y padres.*

*Gian Carlo Hidalgo: Dedico este trabajo a todos
los emprendedores que quieren lograr impactar
positivamente a nuestra sociedad.*

RESUMEN

La presente investigación permitirá brindar un sustento sobre la importancia que implica usar aplicativos móviles como un factor de impulso para la economía colaborativa en el desarrollo del país y la manera en cómo ha influido sobre las personas.

Se abordarán temas de economía colaborativa con el fin de dar a conocer sus beneficios, que aplican no sólo al vendedor, sino también al cliente, pues se reducen recursos en costo y tiempo, además del impacto que genera este tipo de economía y como permite establecerse en el mercado y facilitar el encuentro entre la oferta y la demanda.

Asimismo, se identificará los estilos de vida que existen en Lima y cuáles de ellos participan activamente con el uso de aplicaciones móviles de geolocalización en el sector transporte y de qué manera, es preciso indicar que se tomará en cuenta 6 estilos de vida peruanos.

En Lima, las principales aplicaciones de Geolocalización que brindan servicio de transporte dentro del rubro son Uber, Easy Taxi, TaxiBeat, entre otras. En este sentido, para fines de la investigación se explicará sobre el funcionamiento de estas aplicaciones, además de los requisitos solicitados actualmente a los conductores asociados. Por otro lado, se describen las percepciones de los conductores, usuarios, especialistas en relación a la Ley 1505/2016 que crea y regula el servicio privado de transporte a través de plataformas tecnológicas, propuesta por el Congreso de la República.

Palabras Clave: economía colaborativa; aplicaciones móviles de geolocalización; estilo de vida; transporte.

The influence of collaborative consumption in the lifestyle of the Lima society in Peru. Use of mobile Geolocation applications in the transport Sector during the period 2013 to 2017

ABSTRACT

This research will provide a basis on the importance of using mobile applications as a factor that drives the collaborative economy in the development of the country and how it has influenced people.

The topics of the collaborative economy will be addressed in order to know its benefit, not only to the seller but also to the client, as they reduce costs and time. The impact generated by this type of economy and how it allows to establish itself in the market and facilitate the meeting between supply and demand.

Likewise, the lifestyles that exist in Lima will be identified and which of them actively participate with the use of mobile geolocation applications in the transport sector and in which way, it is necessary to indicate that 6 Peruvian lifestyles will be taken into account.

In Lima, the main Geolocation applications that provide transport service within the area are Uber, Easy Taxi, TaxiBeat and others. In this sense, for the purpose of the investigation, the operation of these applications will be explained, in addition to the requirements currently requested from the associated drivers. On the other hand, we will know the perceptions of drivers, users, specialists in relation to Law 1505/2016 that creates and regulates private transportation service through technological platforms, proposed by the Congress of the Republic.

Keywords: collaborative economy; mobile geolocation applications; lifestyle; transport.

TABLA DE CONTENIDOS

<i>DEDICATORIA</i>	I
RESUMEN	II
ABSTRACT.....	III
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VI
ÍNDICE DE TABLAS	VII
INTRODUCCIÓN	1
1. MARCO TEÓRICO	3
1.1. Consumo Colaborativo.....	3
1.1.1. Consumo Colaborativo en el Mundo.	4
1.1.2. Consumo Colaborativo en el Perú.	7
1.2. Estilos de Vida	8
1.2.1. Los Estilos de vida en América Latina.	9
1.2.2. Estilo de vida en el Perú.....	10
1.3. Aplicaciones Móviles de Geolocalización en el Perú	12
1.3.1. Aplicaciones móviles de geolocalización del Sector Transporte.....	15
1.4. Regulación de aplicativos de geolocalización en el Perú.....	21
1.4.1. Proyecto de Ley N° 1505/2016 que crea y regula el servicio privado de transporte a través de plataformas tecnológicas.	21
2. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	25
2.1. Planteamiento de la Investigación	25
2.1.1. Propósito de la Investigación.	25
2.1.2. Tipo de Investigación.....	25
2.1.3. Preguntas de Investigación.	25
2.2. Contexto	26
2.2.1. Descripción del contexto Interno y Externo.	26
2.3. Participantes	28
2.3.1. Descripción de los participantes.	28
2.4. Diseño o abordaje principal.....	28
2.4.1. Identificación de la estructura de la entrevista.	29
2.4.2. Guía de preguntas.....	29
2.4.3. Segmentos.....	32
2.4.4. Categoría.....	32
2.4.5. El instrumento de Investigación.	32

2.5. Procesamiento de la información	32
2.5.1. Matriz de Procesamiento	32
2.5.2. Aspectos positivos y negativos.....	33
3. ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS	35
3.1. Análisis de datos y resultados	35
4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	44
4.1. Hallazgos de la investigación.....	44
4.2. Barreras de Investigación	45
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	46
5.1. Conclusiones	46
5.2. Recomendaciones.....	47
REFERENCIAS.....	49
ANEXOS	53

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Beneficios y total del valor de las transacciones facilitadas por plataformas de economía colaborativa en Europa, 2013-15.....	5
Figura 2. Beneficios y valor de las transacciones en los cinco sectores clave de la economía colaborativa en Europa, 2015	7
Figura 3. Informe de Economía Colaborativa en Latinoamérica – 2016. ¡Error! Marcador no definido.	
Figura 4. Estilos de vida en América Latina – Organización Gallup	9
Figura 5. Participación de cada estilo de vida latir en distintos países de América Latina	10
Figura 6. Estilos de vida presentes en los peruanos – Arellano Marketing	11
Figura 7. Regulación de las aplicaciones móviles para taxi en los países de Latinoamérica ..	17
Figura 8. Comparación de los requisitos solicitados por las aplicaciones de geolocalización que se utilizan en Perú.	21

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Descripción del contexto interno y externo	26
Tabla 2. Distribución de los participantes.....	28
Tabla 3. Identificación de aspectos positivos y negativos en Conductores	33
Tabla 4. Identificación de aspectos positivos y negativos en Usuarios	33
Tabla 5. Identificación de aspectos positivos y negativos en Economista	34
Tabla 6. Identificación de aspectos positivos y negativos en Autoridades.....	34
Tabla 7. Identificación de aspectos positivos y negativos en Representantes	34

INTRODUCCIÓN

Durante el año 2011 se dio una tendencia mayor sobre la Economía Colaborativa, uno de los primeros artículos más relevantes que hace referencia a ello, es la revista TIME, que en el año 2011 señala a la Economía Colaborativa como una de las 10 ideas que cambiarán el mundo. Casos de éxito como UBER, Alibaba, Airbnb, Crowdfunding y Facebook; Start Ups que no cuentan con la infraestructura de una empresa tradicional pero que brindan servicios similares en diversos sectores, ponen en evidencia el impacto que la Economía Colaborativa está generando en el mundo globalizado.

Las Start ups representan un modelo de negocio escalable, sostenible y con una fuerte tendencia tecnológica; no obstante, al igual que todo negocio, existe un alto riesgo de fracaso. Para su implementación no efectúan fuentes de financiamiento tradicional, por lo que utilizan otras fuentes de capital que provienen de inversores. En la actualidad, existen modelos de negocios conocidos a nivel mundial; tales como, Google, Facebook, Instagram, etc.

La Economía Colaborativa se ha desarrollado en Lima con mayor énfasis entre los años 2013 – 2017, con distintas aplicaciones móviles de geolocalización, siendo las más destacadas las del Sector Transporte, entre ellas: Uber, Easy Taxi y TaxiBeat, que son una nueva visión del futuro y que actualmente se encuentra en periodo de regularización con el Proyecto de Ley N° 1505/2016 que crea y regula el servicio privado de transporte a través de plataformas tecnológicas.

De esta forma, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo ha influido el uso de los aplicativos móviles de Geolocalización en el Sector Transporte en el estilo de vida de la sociedad limeña durante el periodo del 2013 al 2017?

La hipótesis general a partir de la cual se desarrolla esta investigación es que los usos de los aplicativos móviles de Geolocalización en el Sector Transporte han influido de manera positiva en el estilo de vida de la sociedad limeña durante el periodo 2013 al 2017.

El objetivo general de esta investigación es analizar la influencia del consumo colaborativo en el estilo de vida de la sociedad limeña en el Perú. Uso de los aplicativos móviles de Geolocalización en el Sector Transporte durante el periodo 2013 – 2017.

Asimismo, se determinaron los siguientes objetivos específicos:

1. Analizar el comportamiento de la sociedad limeña durante el periodo 2013 -2017 desde el punto de vista del consumo colaborativo.
2. Analizar los tipos de aplicativos móviles de Geolocalización en el Sector Transporte que iniciaron operaciones y alcanzaron posicionamiento destacado en Lima durante el periodo 2013-2017.
3. Analizar la relación existente entre el comportamiento de la sociedad limeña y la utilización de los aplicativos móviles de localización durante el periodo 2013 -2017 en Lima.
4. Identificar la regulación actual en el Perú de los aplicativos móviles de Geolocalización en el Sector Transporte.

La finalidad de la presente investigación es brindar un sustento comprobado sobre la importancia que implica usar aplicativos móviles como un factor que impulsa la economía colaborativa en el desarrollo del país. Además, de servir como fundamento para implementar normativa política que favorezca y fomente un responsable uso de los aplicativo

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Consumo Colaborativo

"Lo mío es tuyo", este término fue usado por Rachel Botsman, en su charla TED realizado en mayo del 2010 sobre el Consumo Colaborativo. En ella señala que usamos el internet para crear un mercado infinito en el cual se puede intercambiar bienes y/o servicios, como una especie de trueque, teniendo en cuenta que la tecnología brinda esta posibilidad de confianza, creando una economía donde "Lo mío es Tuyo".

Asimismo, es preciso señalar que, a raíz de la fuerte crisis económica internacional del 2008, el consumo colaborativo toma vital importancia como un nuevo concepto socioeconómico, dando lugar a una nueva comunidad económica digital por medio del uso del intercambio de bienes y servicios, y facilitando el acceso, usando como plataforma la conectividad digital o internet, que ha masificado el intercambio entre particulares derribando toda barrera regional o local.

Para el escritor de la revista Time, Bryan Walsh, la economía colaborativa está entre las diez ideas que cambiarían el mundo: "algún día miraremos hacia atrás en el siglo 20 y nos preguntaremos por qué tenemos tantas cosas...".

Noriega, Felipe, Yafac y Alfonso (2017) lo conciben como una economía compartida que ha cambiado las formas de pensar de los consumidores, sobre todo en la generación denominada como *millennials*, generando una nueva cultura de consumo en la que se evoluciona de una economía tradicional basada en la posesión de activos, a una economía de accesos caracterizada por aprovechar mejor los recursos mediante la tecnología.

Según Durán-Sánchez, Álvarez-García, del Río-Rama y Maldonado-Erazo (2016), el concepto de economía colaborativa fue utilizado por primera vez por Ray Algar en 2007 y se comenzó a popularizar en 2010 con la publicación del libro *What's mine is yours: the rise of*

collaborative consumption de Botsman y Rogers. Según estos dos últimos autores, la economía colaborativa se basa en redes interconectadas de individuos y comunidades que no comparten la estructura de las instituciones centralizadas, transformando de esta manera la forma en que consumimos, producimos, financiamos y aprendemos.

Por otro lado, Bostman y Rogers (2010) definen el consumo colaborativo como:

“(…) la reinención de los comportamientos de mercado tradicionales —alquilar, prestar, intercambiar, compartir, regalar— a través de la tecnología, tomando así formas y una escala imposible antes de internet.”. (p. 5)

De esta forma, se entiende que el consumo colaborativo representa la reinención de los mercados tradicionales centrados principalmente en el uso de la tecnología, y que por la intervención y participación colectiva en la provisión de bienes y servicios alcanzan una escala de productividad superior a la obtenida en los tiempos anteriores a la época de la informática.

1.1.1. Consumo Colaborativo en el Mundo.

El consumo colaborativo en el mundo ha experimentado un crecimiento exponencial en los últimos años; según la consultora PwC, en el estudio realizado por OBS Business School denominado: “Los límites de la economía colaborativa”, el autor, Guillermo de Haro menciona que en los últimos tiempos, no hay más que dar una patada, y quien dice una patada dice un clic en Google, para encontrar múltiples iniciativas de lo que hoy se ha dado a conocer como consumo colaborativo o economía colaborativa. Señalando que en España este modelo se dio a conocer en el sector turismo entre los años 2012 – 2013; no obstante, ahora se desarrolla en múltiples sectores.

Por otro lado, en el año 2014, el Instituto de Massachusetts (MIT) calculó que la economía colaborativa pronto alcanzaría los 110.000 millones de dólares; asimismo, la consultoría PwC señaló que en el año 2025 el consumo colaborativo alcanzaría los

335.000 millones de dólares, lo cual demuestra el crecimiento progresivo que ha obtenido el consumo colaborativo sobre la economía mundial.

Figura 1. Beneficios y total del valor de las transacciones facilitadas por plataformas de economía colaborativa en Europa, 2013-15, Análisis del PwC (2016)

Para Albert Cañigueras el crecimiento del consumo colaborativo es categórico, sumado a ello las cifras suponen que esta característica de aumento se dará de forma permanente, asimismo esta escala expresa un indicador positivo de una intervención eficiente que busca satisfacer las expectativas de los usuarios.

A manera de ejemplo de lo anteriormente mencionado, en tan sólo seis años, Airbnb, la web que ofrece alquileres temporales en habitaciones o casas de ciudadanos particulares, dispone de 800.000 anuncios en 34.000 ciudades de 190 países distintos. Ninguna de las mayores cadenas hoteleras del mundo (Intercontinental, Marriot, Hilton) llega a las 700.000 habitaciones. Sólo en Barcelona, que es la tercera ciudad del mundo para Airbnb, encontramos cerca de 12.000 habitaciones. Un estudio propio de Airbnb estimó que su comunidad aportó 128 millones de euros en un año a la economía de Barcelona.

Ostelea School of Tourism & Hospitality en su informe “Plataformas de Economía Colaborativa: Una Mirada Global”, elaborado por Albert Beltran i Cangròs, señaló sobre las plataformas colaborativas, que en el caso europeo, en solo dos años (2013-2015), el total del valor de las transacciones de estas plataformas ha pasado de 12 a 28 millones de euros. Sus ingresos casi se han cuadruplicado, pasando de 1 a 3,6 millones de euros. Mientras que en el caso de China, los ingresos han pasado de casi 0,3 millones de Yuanes en 2012 a unas estimaciones para 2018 de 7,5 trillones. En los Estados Unidos se estima que esta economía alcanzará a la economía de alquiler convencional en 2025.

Por otro lado, en el marco del consumo colaborativo, el informe del Centro de Investigación, Divulgación e Innovación en Turismo (IDITUR) en relación a los sectores con más ingresos en Europa sostiene lo siguiente: “El ranking lo lidera el sector transportes, con 1.650 millones de euros en el año 2015, seguido del alojamiento con un total de 1.150 millones de euros. Con una cantidad de ingresos por detrás de los anteriores, el Top 5 lo cierran el sector finanzas, intermediación laboral y entretenimiento.”

De igual manera, PwC grafica los cinco sectores claves de la economía colaborativa en Europa, en la cual resalta como los más importantes el sector Transporte y el Alojamiento.

Figura 2. Beneficios y valor de las transacciones en los cinco sectores clave de la economía colaborativa en Europa, 2015, análisis PwC (2016).

1.1.2. Consumo Colaborativo en el Perú.

Perú es uno de los países de la región latinoamericana que lidera las iniciativas del consumo colaborativo, debido a la rapidez en la aplicación de las tecnologías y la popularización del uso de las plataformas tecnológicas, según lo señalado en el Informe de Economía Colaborativa en Latinoamérica (2016).

Figura 3. Informe de Economía Colaborativa en Latinoamérica, IE Business School, Economía Colaborativa en América Latina (2016).

1.2. Estilos de Vida

Hoy en día, el uso de celulares inteligentes o smartphones representa una necesidad primaria dentro de la mayoría de las personas. Dichos aparatos, además de ofrecer los servicios básicos de comunicación a distancia, también facilita la obtención de un variado tipo de servicios que para una persona actualmente son necesarias, esta característica conlleva a que su uso sea inevitablemente permanente, lo cual influye como una característica más del estilo de vida de las personas.

Nawas (2009) define el estilo de vida como el modo de comportamiento del individuo, unificante y cohesionante relativamente único y tendiente a una meta – es cognoscitivo, afectivo, motor e impersonal.

Por otro lado, López (2006) considera que el estilo de vida es la manera general de vivir el cual se basa en la interacción entre las condiciones de vida y los patrones individuales de conducta, los cuales están determinados por factores socioculturales y por las características personales de los individuos. De esta manera, concluye que los estilos de vida son patrones de conducta que han sido elegidos de las alternativas disponibles para la gente, de acuerdo con su capacidad para elegir y a sus circunstancias socioeconómicas.

Sin embargo, para Mullins, Walker y Boyd (2007), dos personas de similares edades, ingreso, educación y hasta ocupación, no necesariamente viven en la misma forma. Pueden tener diferentes opiniones, intereses y actividades. En consecuencia, es probable que muestre diferentes patrones de comportamiento, diferentes propósitos. Estos patrones generales de actividades, intereses y opiniones, y los comportamientos que resultan, se conocen como estilo de vida.

Fischer y Espejo (2011), indican que los factores que influyen en el estilo de vida de los consumidores son de dos tipos: externos e internos, entre los primeros están; cultura, valores,

aspectos demográficos, estatus social, grupos de referencia, hogar. Y entre los segundos están: personalidad, emociones, motivos, percepciones y aprendizaje.

Finalmente, para Arellano (2003) el estilo de vida es un concepto que tiene definiciones múltiples y evolutivas, aunque todas centradas en un criterio común; ir más allá de los aspectos demográficos o económicos en la definición de individuos y los grupos.

En este sentido, se entiende el estilo de vida como un comportamiento individual cognoscitivo, que siguen determinados patrones de conducta elegidos de las alternativas disponibles para la gente y según su nivel socioeconómico. Estos patrones elegidos también pueden ser diferentes, dependiendo de los factores externos que influyen en ellos o interno que se relacionan con las características individuales o grupales.

1.2.1. Los Estilos de vida en América Latina.

Mediante el modelo de muestreo, la organización Gallup en el año 1995 realizó una investigación en 15 ciudades de América Latina teniendo como resultado la siguiente segmentación:

Household possessions of the eight socio-economic groups							
	Vacuum cleaner %	VCR %	Washing machine %	Air conditioning %	Color TV %	Automobile %	Credit card %
Emerging professional elite (14%)	90	96	96	37	98	97	89
Traditional elite (11%)	60	91	90	15	100	89	60
Progressive upper middle class (13%)	30	77	82	6	99	74	31
Self-made middle class (11%)	51	72	83	13	98	81	46
Skilled middle class (9%)	32	60	57	3	96	28	24
Self-skilled lower middle class (13%)	0	50	53	na	97	4	8
Industrial working class (14%)	15	13	24	na	92	na	5
Struggling working class (15%)	8	2	4	na	63	10	5

Figura 4. Estilos de vida en América Latina. Latin American Consumers Beyond. The Gallup Organization (1995).

Así mismo, Arellano (2005) realizó un estudio para identificar los estilos de vida en Perú y México, logrando determinar 6 estilos de vida básicos que no sólo aplican para dichos países, sino también en otros países de Latinoamérica, pudiéndose encontrar de manera similar y con pesos no demasiado diferentes en Chile, Colombia, Brasil y Costa Rica, tal como se detalla en la siguiente tabla:

Total País (share %)						
	Perú 2011	Colombia 2010	Chile 2009	Brasil 2009	México 2010	Costa Rica 2009
Sofisticados	5	8	10	5	8	4
Progresistas	25	27	19	18	16	18
Modernas	21	27	21	32	23	25
Formalistas	18	16	20	23	26	27
Conservadoras	24	16	18	13	21	18
Austeros	7	6	12	9	6	8

Figura 5. Participación de cada estilo de vida latir en distintos países de América Latina. “LATIR: Los Estilos de Vida de la Nueva Sociedad Peruana y Latinoamericana”, Arellano (2017).

1.2.2. Estilo de vida en el Perú.

Para Arellano (2003) la más clara clasificación de los individuos en el Perú, es la que se hace a partir de las 3 grandes regiones naturales del país. Se tiene así, a la clasificación entre Costeños, Serranos y Selváticos, donde cada uno de los segmentos tiene características de personalidad y comportamiento sociales únicos.

Como bien señala el autor, cada región tiene distinta personalidad y comportamiento, debido al mestizaje pluricultural con idiosincrasia autóctona andina, española - europeo, afroamericana, e incluso asiática; por lo que esta diversidad cultural se ve influida en nuestra definición de estilos de vida. Así mismo, los patrones conductuales en el Perú no solo cambian por región, sino incluso por Departamento, es decir, Lima, Arequipa,

Trujillo; entre otros, cada uno con distintas costumbres, comida y comercio; lo que hace aún más compleja la segmentación de los estilos de vida.

Sin embargo, Arellano logro establecer una segmentación mediante un estudio, en el cual identificó 9 estilos de vida presente en los peruanos, y que en la actualidad ha sido agrupado de 6 maneras.

Figura 6. Estilos de vida presentes en los peruanos. Investigación de Marketing, Arellano (2017).

Para Arellano (2017):

- Los Sofisticados: presentan un nivel de ingresos más alto que el promedio, son Segmento mixto, con un nivel de ingresos más altos que el promedio. Son “modernos, educados, liberales, cosmopolitas y valoran mucho la imagen personal”. Le importa mucho su estatus, siguen la moda y son asiduos consumidores de productos “light”.
- Los Progresistas: Hombres, están en todos los NSE siempre desean progresar. Son obreros y empresarios; se caracterizan por ser prácticos y modernos.

- Las Modernas: Mujeres que trabajan o estudian, buscan el reconocimiento de la sociedad. Son consumidoras de marcas, productos de belleza, tendencias, y están en todos los NSE.
- Los Formalistas: Hombres orientados a la familia que valoran mucho su estatus social., son tradicionales, no tienen un adecuado control de lo planificado y adoptan modas.
- Las Conservadoras: Mujeres tradicionales, madres protectoras y amas de casa, y realiza actividades rutinarias, están en todos los NSE.
- Los Austeros: tienen bajos recursos económicos, que vive resignado a su suerte. Muchos son inmigrantes y tienen el porcentaje más alto de personas indígenas.

1.3. Aplicaciones Móviles de Geolocalización en el Perú

Las principales aplicaciones de geolocalización que se han desarrollado más en el Perú, son relacionadas al sector transporte e inmobiliario como es el caso de Uber, Glovo, Uber Eats, Airbnb, entre otros.

Uber Perú SAC, es una empresa americana del rubro aplicaciones móviles que se desarrolla en base a la economía colaborativa, inició sus labores el año 2012; en Perú se registró la empresa en el año 2014. Su oferta incluye autos limpios, aparentemente seguros, económicos y rápidos.

La ventaja de Uber, a diferencia de los taxistas libres, es que los costos no se incrementan por los tiempos muertos, ya que los algoritmos que tiene la aplicación, les brinda servicios contantes.

Uber; sin embargo, también ha presentado inconvenientes por falta de desconocimiento de las normativas peruanas; por ejemplo, durante el 2017 la aplicación cobraba en dólares cuando la aplicación mostraba sus precios en soles, dicha situación conllevó a que INDECOPI sancionara

a la empresa con S/ 50,000; por no dar información sobre las formas de pago de manera transparente.

En cuanto a la seguridad, UBER registra denuncias por asaltos y violaciones; por lo que la empresa durante junio 2018 ha reforzado sus medias de control por GPS para que familiares y amigos puedan brindar seguimiento. La compañía asegura que todos sus conductores son sometidos a evaluaciones psicológicas y aleatoriamente se les solicita fotos para validar que la identidad del conductor no varíe.

Por otro lado, este tipo de aplicación no se encuentra registrada en la SUNAT ni en los registros públicos como una empresa de transporte tradicional y representa junto a otras aplicaciones de transporte más del 60% de consumo en la capital; teniendo en cuenta que sus conductores y vehículos asociados en muchos casos no cuentan con credenciales ni placas de taxis tradicionales como son los 90,000 taxis inscritos en Lima metropolitana.

Uber Eats, es una extensión de Uber lanzada en mayo 2018 en Lima, específicamente en los distritos de San Borja, Surco y San Isidro; mediante la aplicación uno puede escoger sobre una variedad de restaurantes; además, esta start up se alimenta del comportamiento del comprador; por lo que, cada vez que uno abre la aplicación se presentaran como primeras opciones aquellos restaurantes de mayor preferencia por el usuario. Asimismo, es una oportunidad de autoempleo para aplicar en full o part time mediante un horario flexible y está conformado por motos, autos y bicicletas.

Otra aplicación de geolocalización conocida es Glovo, Start up Española que nace en Barcelona en el 2015 con un financiamiento inicial de € 120, 000 y luego en el 2016 con un capital de € 5,000.000, ingresa a otros mercados europeos de Portugal, Italia y Francia; en 2017 asciende a € 30,000.000, con el cual llega a Latinoamérica. Compra al 100% Cabify y abre operaciones en Santiago de Chile y luego en Lima. Su modelo de negocio se denomina *market place*, con

el cual se solicitan servicios de delivery para transportar comida, Courier, regalos, supermercado, farmacia; entre otros. El pago se efectúa con las tarjetas de crédito apoyados por sus Glovers, quienes conforman el grupo de personas que se asocian a la aplicación para brindar sus servicios.

Afilian comercios y a ellos les cobran un porcentaje por llevar sus productos y por permitir la interacción con los usuarios. En promedio tienen 33 minutos para servicios food y no food. La forma de solicitar el pedido es a través de la aplicación, el usuario tiene la opción de visualizar el centro comercial, los productos que ofrece para seleccionar el de su agrado y finalmente solicitar la compra y el servicio de delivery a la dirección que el mismo registra como punto de llegada, al cual el Glover se presentará con el producto.

Por otro lado, el riesgo sobre el producto es asumido por Glovo, por lo que cuenta con un seguro de diversas coberturas. En cuanto a los motorizados, se les pide una serie de documentación y protocolos; se les brinda capacitación y ante cualquier incidente, Glovo hasta cierto punto asume la responsabilidad y el control por GPS.

Drago Macan, su Gerente General señaló que Glovo Perú desde diciembre de 2017 tiene una proyección de crecimiento equivalente a un 25% mensual, tanto en facturación como en servicios y para el 2018 desean ingresar a otras provincias.

En cuanto al sector turismo y hotelería, la aplicación de geolocalización Airbnb ofrece mayor número de alojamientos que cualquier hotel tradicional. Según Mendoza (2017), en nuestro país operan desde el 2017, hay 5.700 anfitriones que publicaron 9.300 anuncios y recibieron 137.200 huéspedes, la mitad de los cuales se alojó en Lima. Los ingresos anuales por anfitrión están calculados en un promedio de US\$1.700.

1.3.1. Aplicaciones móviles de geolocalización del Sector Transporte.

Taxi en Lima Metropolitana.

El Ministerio de Transporte y Comunicaciones, y la Municipalidad de Lima Metropolitana, son las entidades a cargo de dar las normativas para fiscalizar y organizar el servicio de Taxi, porque para realizar este tipo de Servicio es necesario estar registrado en la Subgerencia del Servicio de Taxi Metropolitano (SETAME). En este sentido, se describe las responsabilidades de cada entidad sobre este tipo de servicios, los cuales fueron extraídos del sitio web de cada entidad.

- Ministerio de Transporte y Comunicaciones: “La competencia del Ministerio de Transportes y Comunicaciones se extiende a las personas naturales y jurídicas que realizan actividades de los subsectores Transportes y Comunicaciones en todo el territorio nacional.”
- Municipalidad Metropolitana de Lima “es una entidad pública que ejerce competencias y funciones de carácter local, metropolitano y de gobierno regional; su gestión está orientada a la prestación de servicios públicos con procesos simplificados y de calidad, promoción del desarrollo económico, ejecución de proyectos de inversión que permitan acortar la brecha de infraestructura de la ciudad otorgando mayor competitividad. Su organización responde a la generación de valor público, con innovación, creatividad, transparencia y sentido de urgencia; así como es un canal inmediato de participación vecinal e inversión público-privada.”
- La Subgerencia del Servicio de Taxi Metropolitano – SETAME “es la unidad orgánica responsable de los registros, así como de regular, supervisar y controlar la expedición de las autorizaciones para prestación del servicio de taxi en el ámbito de la provincia de Lima.”

Asimismo, el SETAME para acreditar taxista solicita una serie de requisitos, entre los cuales se destaca:

- Formato de Solicitud
- Copia simple de DNI
- Pago del derecho a trámite
- Copia simple de la tarjeta de propiedad
- Licencia de conducir A II-a
- SOAT vigente

Requisitos de los vehículos para poder inscribirse:

Los vehículos, por su parte, deben tener un peso mayor a los 1000 kilogramos, su antigüedad no debe superar los 15 años, contados a partir del año de fabricación que figura en la tarjeta de propiedad y su cilindrada mínima debe ser 1,250 cm cúbicos.

Las modalidades de taxi:

- Taxi independiente: Es el servicio que prestan las personas naturales debidamente autorizadas y empadronadas. El taxi debe ser propiedad del conductor y contar con una franja de 20 centímetros de alto de colores amarillo y negro debajo de sus ventanas laterales. Pueden recoger y dejar pasajeros en la vía pública sin problemas.
- Taxi estación: Los taxis estación deben ser parte de una flota mínima de 10 vehículos autorizados con propiedad de personas jurídicas, empresas o asociaciones que tengan un local para albergar todas sus unidades. Los taxis deben presentar franjas negras y blancas. Pueden recoger y dejar pasajeros en la vía pública al igual que los taxis independientes.

- Taxi remis: son parte de una empresa con una flota mínima de 10 vehículos autorizados, pero no deberán tener ni casquetes, ni adhesivos. Es más, no deberán tener un color determinado ni franjas de colores. Podrán mantener su color de fábrica, pero solo podrán recoger y dejar pasajeros en lugares que indiquen los pasajeros a través de la central.

Como se puede apreciar no se refleja ningún Sistema en el aparato administrativo que regule los aplicativos de geolocalización.

Figura 7. Regulación de las aplicaciones móviles para taxi en los países de Latinoamérica. EFE, La Nación, El País, El universo, La Razón – RPP Noticias (2017).

Aplicativos de Geolocalización del Sector Transporte.

En Lima, las principales aplicaciones de Geolocalización que brindan servicio de transporte privado e individualizado son Uber, Easy Taxi, TaxiBeat, etc. En este sentido, a continuación, se presentan los requisitos solicitados actualmente a los conductores, el cual se presenta en los sitios web de los aplicativos, disponibles a todo público:

UBER: "Los Servicios constituyen una plataforma de tecnología que permite a los usuarios de aplicaciones móviles de Uber (...) organizar y planear el transporte y/o servicios de logística con terceros proveedores independientes de dichos servicios, incluidos terceros transportistas independientes y terceros proveedores logísticos independientes, conforme a un acuerdo con Uber o algunos afiliados de Uber (*"Terceros proveedores"*).

Cabe señalar que UBER precisa lo siguiente en sus Términos: "Usted reconoce que Uber no presta servicios de transporte o de logística o funciona como una empresa de transportes y que dichos servicios de transporte o logística se prestan por terceros contratistas independientes, que no están empleados por Uber ni por ninguna de sus afiliadas."

Requisitos para los Conductores de UBER:

- Licencia de Conducir (Brevete)
- Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito "SOAT" vigente
- Certificado de Antecedentes Penales
- Prueba Psicológica
- Validación final de tus documentos en nuestros centros de atención
- Segunda fase: presencial

- Requisitos mínimos del Vehículo: El vehículo registrado en la aplicación deberá tener en todo momento menos de 10 años de antigüedad (contados a partir de la fecha que figura en el SOAT), Cinturones de seguridad funcionales, 4 puertas, Excelentes condiciones mecánicas y estéticas, No señalética de taxi (casquete o bandas reflectivas)
- Categorías: UberX, UberBLACK, UberVAN

EASY TAXI: “Es una comunidad virtual que brinda diversos servicios con el propósito de optimizar y brindar valor agregado al requerimiento de prestaciones de traslado entre Usuarios de la misma comunidad. Servicios ofrecidos por EASY TAXI: (i) Geolocalización o localización de solicitudes de viajes: Consiste en poner en contacto a Usuarios Pasajeros con Usuarios Conductores cercanos de forma automatizada, mediante el uso de la Aplicación.”

Requisitos:

- Revisión vehicular
- Validación de documentación
- Antecedentes penales, policiales y judiciales
- Examen psicológico
- Capitación del Servicio

BEAT: Es una Aplicación en la cual “El Usuario Pasajero podrá solicitar servicios de transporte a los Usuarios Conductores que cuenten con la Aplicación de Conductores, así como conocer el nombre, ubicación y otra información del Usuario Conductor respectivo. El Usuario Pasajero reconoce que la información que reciba de los Usuarios Conductores consiste en Datos Personales, por lo que a su vez se constituye como único responsable del manejo de la misma y se

compromete a utilizarla exclusivamente a efectos de solicitar el servicio y durante el viaje”.

Requisitos:

- Vehículo del año 2008 o posterior, en perfecto estado (sea propio o alquilado)
- Subir las fotos de los documentos solicitados en la app (deben verse nítidas y estar centradas)
- Nombre completo, domicilio, edad, lugar y fecha de nacimiento
- Copia del carnet de identidad
- Teléfono y/o teléfono celular
- Correo electrónico
- Copia de licencia de conducir vigente y placas del automóvil que se utilizará
- SOAP vigente
- Información tributaria (domicilio tributario)
- Copia de la póliza de seguro de responsabilidad y contra daños del automóvil
- Certificado de Antecedentes Penales
- Certificado de Revisión Técnica vigente

Así mismo, mediante una infografía del diario El Comercio (2017), se observa la comparación de los requisitos solicitados por las aplicaciones de geolocalización que se utilizan en el país:

Figura 8. Comparación de los requisitos solicitados por las aplicaciones de geolocalización que se utilizan en Perú, Diario El Comercio (2017).

1.4. Regulación de aplicativos de geolocalización en el Perú

En el Perú no existe una Ley promulgada y vigente relacionada con los aplicativos de Geolocalización; sin embargo, el Congreso de la República por medio de la Comisión de Transportes y Comunicaciones aprobó durante el mes de junio del presente año el Proyecto de Ley N.º 1550 del Congresista Miguel Elías, de la bancada Fuerza Popular, que regularía los servicios de taxis por aplicación; entre los cuales se encuentran: Uber, Easy taxi, Cabify que operan a nivel mundial, pero que no tienen domicilio fiscal en el Perú.

Cabe señalar que el 26 de setiembre de 2018, con 63 votos a favor, 4 en contra y 27 abstenciones, el Pleno del Congreso aprobó este proyecto de ley en primera votación.

1.4.1. Proyecto de Ley N° 1505/2016 que crea y regula el servicio privado de transporte a través de plataformas tecnológicas.

El Proyecto de Ley N° 1505/2016, denomina a los Aplicativos de Geolocalización, como entidades operadoras de plataforma tecnológicas, que son intermediarios para el

servicio de transporte de pasajeros y que efectúan su gestión a través de aplicaciones, con la que obtienen servicios de transporte remunerados de pasajeros.

En dicho proyecto señalan que, “la oferta del servicio privado de transporte a través de plataformas tecnológicas o aplicaciones virtuales no exime al operador del servicio de responsabilidades y obligaciones establecidas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, ni del Ministerio de Transporte y Comunicaciones, ni de las que se deriven en material civil o penal producto del servicio.”

Así mismo, la mencionada Ley señala los requisitos mínimos que debe tener esta plataforma; en la que resalta que “los vehículos no podrán recoger pasajeros en la vía pública con los que no han concertado previamente el servicio virtual de transporte”; así como, “entregar al usuario del servicio comprobante de pago del mismo emitido por el operador de la plataforma tecnológica”.

Cabe señalar que, dicha Ley solicita que estas plataformas cuenten con por lo menos una oficina administrativa en el país y, asimismo, contar con una central telefónica las 24 horas, así como tener personería jurídica y ser contribuyente del estado.

Por otro lado, la Ley señala que debe crearse el Registro Nacional de Plataformas Tecnológicas para el servicio de transporte privado a cargo del Ministerio de Transporte y Comunicaciones.

Así mismo, la corresponsabilidad del administrador de la plataforma recaerá en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI, en línea a lo dispuesto en el Código de Protección y Defensa del Consumidor.

En cuanto a las infracciones y sanciones, estas serán tipificadas por el Ministerio de Transporte y Comunicaciones.

Esta Ley fue propuesta por la Comisión de Transportes y Comunicaciones del Congreso de La República, con la siguiente votación según fuente del Diario Perú 21 (2018):

Los legisladores Guillermo Martorell (FP), Edmundo del Águila (AP) y Luciana León (CPA) se abstuvieron de la votación y fue aprobado por los parlamentarios Karla Schaefer (FP), Moisés Mamani (FP), Miguel Elías (FP) e Israel Lazo (FP).

Cabe señalar que el Congresista Elías argumentó su proyecto indicando que “el sustento de su iniciativa radica en una necesaria protección del consumidor, velar por la seguridad de los pasajeros e impedir la competencia desleal contra las empresas de taxi convencional”.

Sin embargo, lo que propone esta Ley es la creación de un registro de taxis y su empadronamiento como empresas con sede local. No obstante, según el artículo publicado ¿Una traba en el Perú para las apps de taxi?, en el diario El Comercio por Mendoza (2018) en el que cita opiniones de los especialistas, Miguel Morachino, director de Hiperderecho “(...) los proyectos de ley originales y las primeras versiones del dictamen eran aún más graves, pero, pese a las mejoras, los legisladores no terminan de entender este fenómeno tecnológico y podrían obligar a una diversidad de empresas a salir del mercado.”

La docena de apps existentes en nuestro país han sido concebidas como intermediarias entre el pasajero y el conductor, por tanto, no constituyen una empresa de transporte en sí misma. Y eso es lo que desconoce la norma propuesta, agrega Erick Iriarte, de Iriarte & Asociados.

Asimismo, señalan que, en Lima se realizan cuatro millones de viajes al día en taxis, ya sean formales o informales. Las apps estiman que tienen un 30% del mercado y facturan unos S/75 millones al año.

Para el Semanario N.º 896 Comex Perú, esta propuesta de Ley no corresponde, ya que estas aplicaciones móviles ofrecen una plataforma tecnológica entre la oferta y la demanda y no directamente un servicio de taxi y en línea a lo indicado por Comex Perú que “Indecopi claramente ha determinado que estas empresas no concurren en el mercado de prestación de servicios de transporte o taxi”.

Asimismo, el mencionado semanario señala que esta propuesta de Ley sería un “golpe contra la economía colaborativa” tomando como ejemplo las acciones tomadas en el Gobierno Chino sobre la economía colaborativa (...) el Gobierno chino, por ejemplo, ha anunciado el lanzamiento de una serie de directrices para impulsar su florecimiento, a fin de crear un entorno propicio para la innovación sostenida. Así, según proyecciones gubernamentales, la economía compartida contribuirá al 10% de la producción económica de China en 2020. Como bien manifiesta el primer ministro Li Keqiang, “la regulación del reparto de la economía debe ser tolerante, aunque prudente, ya que aún queda mucho por aprender acerca de los nuevos modelos de negocios. Debemos evitar aplicar la metodología tradicional para la economía compartida”.

2. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

2.1. Planteamiento de la Investigación

2.1.1. Propósito de la Investigación.

Analizar la influencia del consumo colaborativo en el estilo de vida de la sociedad limeña en el Perú. Uso de los aplicativos móviles de Geolocalización en el Sector Transporte durante el periodo 2013 al 2017.

2.1.2. Tipo de Investigación

En concordancia con lo señalado por Hernández, Fernández y Baptista (2014), la presente investigación es de tipo cualitativa descriptiva, debido a que se hará uso de la recolección y análisis de los datos para responder a las preguntas de investigación y revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación; asimismo, la literatura que conforma el marco teórico del estudio será fundamentada mediante entrevistas a 20 personas bajo observación.

2.1.3. Preguntas de Investigación.

- a) ¿Cómo es el comportamiento de la Sociedad Limeña en relación con el consumo colaborativo?
- b) ¿Cuál es el estilo de vida de las personas que utilizan aplicativos de geolocalización en la sociedad limeña?
- c) ¿Qué aplicativos móviles de Geolocalización en el Sector Transporte usaron en Lima durante el periodo 2013-2017?
- d) ¿Qué regulación actual existe en el Perú sobre los aplicativos móviles de Geolocalización en el Sector Transporte?

2.2. Contexto

2.2.1. Descripción del contexto Interno y Externo.

Tabla 1. Descripción del contexto interno y externo

	Categorías/ Segmentos	Clientes / usuarios	Economista	Autoridades	Representantes
Observaciones Antes De La Entrevista	Contexto Interno	Se identificó personas que buscan servicios ocasionales de aplicaciones de geolocalización, sea como conductores o usuarios. Normalmente se encuentran en un mercado fomentado por aplicaciones tecnológicas. Tanto Conductores como Usuarios, se dejaron entrevistar de manera fluida.	Especialistas en temas de realidad social y temas de emprendimiento del sector público. La economista considerada fue seleccionada de una Empresa Pública N° 1 en ventas del país en el Sector Hidrocarburos.	Centros relacionados como el Ministerio de Transporte y Comunicaciones, Gerencia de transporte urbano. El funcionario del Ministerio de Transporte y Comunicaciones tuvo apertura durante la entrevista.	Se desarrollan en grupos de innovación e incubadoras, son empresarios que pueden llegar a desarrollar aplicaciones que satisfacen a mercados tradicionales. A nivel nacional se ubicó un representante del aplicativo QAY, siendo muy colaborar en la investigación.

	Contexto Externo	<p>Las aplicaciones de Geolocalización, son generalmente plataformas internacionales que se desarrollan por medio del consumo colaborativo, no necesita de activos y son escalables.</p> <p>Los conductores considerados fueron de la ciudad de Lima entre los distritos de San Borja y San Isidro</p>	<p>Para fines de la entrevista la Economist consultada, preparo material que permitiera sustentar el tema de economía colaborativa ya que consideraba que era una nueva tendencia.</p>	<p>Se trato de contactar a representantes de la Comisión de Transportes y Comunicaciones del Congreso de la República, pero no se obtuvo respuesta.</p>	<p>Aplicaciones de geolocalización del Sector Transporte como UBER, EASY BEAT, QAY y CABIFY. En cuanto las compañías como EASY y UBER no se logró respuesta ya que su administración es internacional.</p>
--	-------------------------	--	--	---	--

Fuente: Elaboración propia de autores.

2.3. Participantes

2.3.1. Descripción de los participantes.

Según lo señalado por Hernández, Fernández, y Baptista (2014) en el proceso cualitativo, el grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, no es necesario el cumplimiento de representatividad estadística del universo o población que se estudia, por ello la muestra se determinará en función de la capacidad operativa y la naturaleza del fenómeno del análisis, en el que se contemplará los recursos presentados en cuanto a tiempo.

A continuación, se detalla la distribución de la muestra:

Tabla 2. *Distribución de los participantes*

Tipo		Cantidad
Economista		01
Usuarios de aplicativos móviles	Usuarios	08
	Conductores	08
Representantes		02
Autoridades		01
Total		20

Fuente: Elaboración propia de autores.

2.4. Diseño o abordaje principal

Considerando que el presente trabajo tiene como objetivo conocer la influencia del consumo colaborativo sobre la percepción de la sociedad limeña durante el periodo 2013 al 2017 con relación a los servicios que brindan los aplicativos móviles de Geolocalización en el Sector Transporte, se incluirá la aplicación de entrevistas de

tipo semi-estructuradas que permitan obtener información precisa de los participantes sobre el objeto de estudio.

2.4.1. Identificación de la estructura de la entrevista.

Las entrevistas serán semiestructuradas, se contará con un formato que permita seguir una linealidad en la información obtenida, si se diera el caso también se incluirán preguntas abiertas a fin de conocer opiniones y reacciones.

2.4.2. Guía de preguntas

Conductores:

- ¿Utilizas algún tipo de aplicación de geolocalización?
- ¿Si utiliza una aplicación cual prefiere?
- ¿Qué tipo de servicio de taxi prefiere utilizar?
- ¿Cuánto tiempo al día se dedica a hacer taxi, de usar aplicación cuanto lo usa?
- ¿Qué apreciaciones tiene usted de la administración del servicio?
- ¿Cuál consideras son las ventajas y las desventajas?
- ¿Qué me podría comentar de los sistemas de Seguridad?
- ¿Tiene canales de regulación o normas que lo respalden en caso de reclamos?

Usuarios:

- ¿Utilizas algún tipo de aplicación de geolocalización?
- Si utiliza una aplicación, ¿cuál prefiere?
- ¿Cómo sientes que ha influenciado el uso de estas aplicaciones en tu día a día?
- ¿Desde cuándo utilizas estas aplicaciones?

- ¿Cuál consideras son las ventajas y las desventajas?
- ¿Tiene canales de regulación o normas que lo respalden en caso de reclamos?

Economista:

- ¿Podría definirnos que es economía colaborativa?
- ¿Considera que en el Perú se desarrolla y de qué manera?
- ¿En qué aplicaciones de geolocalización ve el entorno de la economía colaborativa?
- ¿Cómo explicaría usted la influencia de la economía colaborativa en el comportamiento de la sociedad limeña con el uso de las aplicaciones de geolocalización?
- ¿Cuál considera usted es el impacto en la calidad de vida de las personas, ventajas y desventajas?
- ¿Conoce alguna Ley o norma que las regule o promueva las aplicaciones de geolocalización en Lima?

Autoridades

- ¿Considera que la propuesta de Ley 1505/2016, es importante para los ciudadanos? ¿Por qué?
- ¿Considera que esta Ley es favorable o desfavorable para los Administradores de los aplicativos de geolocalización, usuarios o taxistas o empresas de taxis?
- ¿Por qué es importante que sean una persona jurídica y que tengan una oficina administrativa en el país?
- ¿Por qué sus comprobantes no les permitirían a los usuarios poder rendir cuentas de transporte?

- De acuerdo con la Ley propuesta, ¿cree que las aplicaciones de geolocalización actualmente no se encuentran enmarcadas en el Código de Protección y Defensa del Consumidor, ni Ministerio de Transporte y Comunicaciones y que hasta estarían evadiendo impuestos?
- ¿Existe algún otro mecanismo normativo que regule las aplicaciones de geolocalización?
- ¿Debería adicionar u omitir algún otro aspecto en la propuesta de Ley?
- ¿La implementación de esa Ley considerará incrementará los costos del tarifario?

Representantes

- ¿Cómo influye la economía colaborativa en su modelo de negocio?
- Explíquenos, ¿P qué no se consideran una empresa de taxis?
- Coméntenos más sobre su modelo de negocio
- Actualmente ¿En el país son una persona jurídica?
- ¿Cuentan con sede administrativa en el país?
- ¿Tienen un libro de reclamaciones en sus oficinas o virtual?
- ¿Bajo qué instituciones gubernamentales de Lima y en que procesos ustedes reportan su gestión?
- ¿Existe actualmente alguna Ley que los regule en sus funciones?
- La propuesta de Ley 1505/2016, ¿considera que es una ventaja o desventaja?, y ¿Por qué?
- ¿Debería adicionar u omitir algún otro aspecto en la propuesta de Ley?
- ¿Considera que la implementación de esa Ley incrementará los costos del tarifario, y a quien se los cargarán (Conductores / Usuarios)?
- ¿Cree que esta Ley será una traba o limitante para nuevas aplicaciones?

2.4.3. Segmentos.

- Economista
- Usuarios de aplicativos móviles/ conductores
- Representantes
- Autoridades

2.4.4. Categoría.

- Consumo colaborativo
- Clientes / usuarios
- Aplicativos móviles de Geolocalización en el Sector Transporte
- Reglamentación de aplicativos móviles

2.4.5. El instrumento de Investigación.

Entrevista personal con los participantes, a fin de conocer mejor sus experiencias, situaciones y expresiones en relación con el estudio. De esa forma, se optó por elegir distintos perfiles de entrevistados y que guardan una relación directa con el objeto de investigación, con el fin de obtener datos variados que permitan contrastar las hipótesis planteadas.

2.5. Procesamiento de la información

2.5.1. Matriz de Procesamiento

Ver Anexo 01

2.5.2. Aspectos positivos y negativos.

Tabla 3. *Identificación de aspectos positivos y negativos en Conductores*

Aspecto positivo	Aspecto Negativo
Conductores	
Libertad / Independencia	Descuentos
Seguridad	Desconocimiento previo de destino
Limpieza / Orden	No tienen muchas medidas de seguridad al momento de afiliarse
Valoración / Preferencias	Demoras en la atención ante reclamos
Crecimiento	No conocen alguna Ley o norma que lo regule
Ganancia	
No pierden tiempo	
Variedad de opciones de aplicación	
No tiene muchas restricciones	
Tecnología / Modernidad	
Menos riesgos a infracciones	
<i>Fuente: Elaboración propia de autores</i>	

Tabla 4. *Identificación de aspectos positivos y negativos en Usuarios*

Aspecto positivo	Aspecto Negativo
Usuarios	
Seguridad	En algunos casos, seguridad
Rapidez / Tiempo	Dificultad del Servicio en horas punta
Costos	No conocen alguna Ley o norma que lo regule
Libertad de decisión	No emiten boletas
Tecnología / Modernidad	
Comodidad	
Facilidad de uso	
Versatilidad	
<i>Fuente: Elaboración propia de autores</i>	

Tabla 5. *Identificación de aspectos positivos y negativos en Economista*

Aspecto positivo	Aspecto Negativo
Economista	
Consumo colaborativo	Competencia desleal
Nueva forma de generar recursos	Pérdida de ingresos del gobierno
Fomenta empleo	Puede conducir fraudes y estafas
Empodera al ciudadano	
Nuevas ideas de negocio	

Fuente: Elaboración propia de autores

Tabla 6. *Identificación de aspectos positivos y negativos en Autoridades*

Aspecto positivo	Aspecto Negativo
Autoridades	
Regulación	No son entidades a cargo de temas tecnológicos
Orden	Restricciones
Seguridad	Limitación de funciones
Impuestos	
Igualdad de competencias	

Fuente: Elaboración propia de autores

Tabla 7. *Identificación de aspectos positivos y negativos en Representantes*

Aspecto positivo	Aspecto Negativo
Representantes	
Mejora la calidad de vida de las personas	Regulaciones
Consumo colaborativo	Propuestas de Ley
No requiere de bienes ni servicios	Alfabetización informática
Escalable	
Internacional	
No necesita sedes ni oficinas	

Fuente: Elaboración propia de autores

3. ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS

3.1. Análisis de datos y resultados

Posterior a la aplicación de las entrevistas y procesamiento de toda la información, se revisó y analizó los resultados obtenidos, los mismos que han permitido generar las conclusiones y recomendaciones de la presente investigación, a fin de conocer la influencia de la economía colaborativa en la sociedad limeña con el uso de los aplicativos de geolocalización entre los años 2013-2017.

¿Cómo es el comportamiento de la Sociedad Limeña en relación con el consumo colaborativo?

El consumo colaborativo, ha permitido transformar mercados tradicionales en sistemas modernos a través de la tecnología, donde los recursos pueden compartirse; no existen fronteras y tienen un alto grado de escalabilidad. Es en ese sentido, la sociedad limeña también se ha visto inmersa en un sistema de consumidores colaborativos, ya que han encontrado la oferta que buscaban en las plataformas tecnológicas de geolocalización, desarrollándose en distintos mercados como en el Sector Transporte, Inmobiliario, Turismo; entre otros, facilitando el libre encuentro entre la oferta y la demanda.

Actualmente, en Lima el consumo colaborativo se da por medio de las aplicaciones de geolocalización como UBER, Easy, Beat y/o Cabify o Airbnb, proporcionando acceso a bienes y servicios, tal y como lo comento durante la entrevista sobre consumo colaborativo la Economista Judith Ccallme Zela, *“es un modelo económico que a menudo se define como una actividad basada entre pares para adquirir, proporcionar o compartir el acceso a bienes y servicios facilitados mediante una plataforma en línea. Este tipo de economía permite que individuos y grupos ganen dinero de activos subutilizados, de esta manera los activos físicos se comparten como servicios.”*

Respecto a la consulta si considera que en el Perú se desarrolla la Economía Colaborativa y de qué manera, nos señaló que el *“Perú está a la vanguardia de estas iniciativas. Los sectores en los que normalmente operan estas iniciativas consisten principalmente en la búsqueda de acceso a servicios y espacio, así como formas más eficientes de transporte y alojamiento; y pedido y entrega de alimentos.”*

Por otro lado, Fabio Cortegana socio de la aplicación QAY en el Perú, señaló que efectivamente las aplicaciones móviles de geolocalización en el Perú y el mundo, se desarrollan dentro de modelos de negocios basados en la economía colaborativa. *“En nuestro modelo de negocio se apalanca dentro de una economía colaborativa, siendo un enlace conectando usuarios y otras aplicaciones, y parte de la cadena son los sistemas operativos como android o ios7. Este modelo de negocio solo puede darse dentro de la Economía Colaborativa.”*

Por lo expuesto, como parte de esta investigación se observó el comportamiento de las personas que utilizan aplicativos de geolocalización del Sector Transporte, quienes han hecho uso de ellas como parte de su vida, utilizándolos en promedio más de 4 o 5 veces a la semana, como lo señalaron en las entrevistas:

Usuario 01. *“lo utilizo 5 veces a la Semana.”*

Usuario 02. *“Es un tanto variable porque hay semanas que lo uso unas 5 o 6 veces a la semana y hay veces que no lo uso en un día.”*

Asimismo, los usuarios plantearon distintas ventajas por las que utilizan los aplicativos de geolocalización del sector transporte; entre ellas mencionaron la confianza que les brinda el poder conocer previamente a la persona que lo llevará a su destino; el tiempo que ganan por no salir a buscar un transporte tradicional y los costos de forma

transparente, valorando la rapidez, eficiencia y sobre todo seguridad, como se puede observar en los siguientes fragmentos de las entrevistas.

Usuario 01. *“En taxis, sí, tienes mayor confianza, si bien es cierto se sabe de algunos casos que desgraciadamente pasan, sin embargo, con el aplicativo sigue siendo más confiable, por ejemplo, yo puedo escoger al chofer que me toca, y yo prefiero choferes que sean mayores en edad que los jóvenes por un tema de precaución para mí. No, volvería al sistema tradicional, definitivamente prefiero este sistema.”*

Usuario 03. *“Sí, desde que los uso, me ha ayudado mucho, por ejemplo, siempre llegan a 5 minutos, no tengo que exponerme mucho en salir a la calle a buscar un taxi (...) con el aplicativo tú lo pides y sabes en cuanto tiempo está llegando, o si demora mucho pides otro conductor u otro aplicativo de la competencia.”*

Usuario 04. *“Bueno la ventaja es que te calcula el precio previamente y sabes el costo, además que me siento mucho más seguro. Antes tu tenías que salir a buscar el taxi y esperar, ahora tú puedes ordenar desde tu oficina o casa.”*

Usuario 05. *“Efectivos y eficientes. Prefiero usar estas aplicaciones ahora, porque son mucho más rápidos, eficientes y además más seguros.”*

En cuanto a los conductores, ellos también utilizan estas aplicaciones de geolocalización aproximadamente 8 horas al día, tomándolo como una jornada de trabajo; sin embargo, en algunos casos no solo usan una aplicación sino varias a la vez para obtener mayores beneficios y adecuarse al ámbito geográfico de sus carreras.

Conductor 02. *“Por ejemplo yo salgo a las 6:00 am hasta las 06:00 pm, esta hora ya pongo para que los viajes sean por mi casa, cuando ya cierro”.*

Conductor 07. *“Yo le dedico unas 12 horas, si las carreras son cortitas, las tomo, pero si veo que son largas y no me convence, dejo que suene no más”.*

Conductor 08. “Llevo 8 meses y sí es bacán, es mejor. Yo, desde las 6:30 hasta las 2 pm, y todo ese tiempo estoy con las dos aplicaciones el UBER y el BEAT, lo activo los dos.”

¿Cuál es el estilo de vida de las personas que utilizan aplicativos de geolocalización en la sociedad limeña?

Se ha observado en la investigación que el estilo de vida de las personas que utilizan aplicativos de geolocalización son los estilos de vida Sofisticados, Progresistas, Modernas y los Formalistas, basados en la teoría de Rolando Arellano Cueva, ya que se evidencia patrones que se alinean a cada uno de estos estilos:

Los Sofisticados: Son innovadores en el consumo y buscan las nuevas tendencias, en su mayoría son más jóvenes que el promedio de la población y utilizan esto aplicativos de geolocalización por esa razón:

Usuario 01. *“Sí, utilizo entre BEAT, UBER, y ahora hay CABIFAY”*

Usuario 04. *“Bueno, sí he usado, UBER, GLOVO, EASY TAXI, desde hace dos años.”*

Usuario 06. *“Para taxis mayormente uso el EASY Y UBER, pero por problemas de seguridad con UBER, recientemente, he tenido que dejar de usarlos, entonces ahora estoy usando más EASY.”*

Los Progresistas: Hombres que desean progresar realizando un emprendimiento o negocio. Al respecto, considerando que las aplicaciones de geolocalización del sector transporte permiten a muchas personas como los conductores, ofrecer un servicio por medio de UBER, Easy, Beat y Cabify; han encontrado en estos aplicativos una manera de generar ingresos adicionales con un bien particular.

Conductor 02. *“Para mí es mejor usar el aplicativo UBER, es más cómodo, no me hace problemas si hay tráfico te cobro más, además uno se acostumbra a mejorar el servicio, etc.”*

Conductor 03. *“UBER por ejemplo te regala 80 soles si tus haces dos carreras de lunes a viernes de 6am a 9am, por ejemplo, no importa la distancia que sea, sólo que hagas dos carreras diarias en horarios como estos, por ejemplo, pero debes salir de Lunes a Viernes, de esa manera uno se compromete a trabajar. sí también hay horas muertas, por eso siempre tengo los dos aplicativos encendidos pues. No, no hay problema y entonces puedo tener dos opciones abiertas y es mejor para mí.”*

Conductor 02. *“Por ejemplo yo salgo a las 6am, a esta hora ya pongo para que los viajes sean por mi casa.”*

Las Modernas: Mujeres que trabajan y estudian, con deseos de superación; estas mujeres utilizan las aplicaciones de geolocalización, valorando el tiempo y la seguridad, según las respuestas realizadas durante las entrevistas:

Usuario 02. *“Sí, ha impactado positivamente porque ahora puedo programar mis salidas previas en lugar de estar en la calle esperando por un taxi por 10 o 15 minutos y de esa manera me ayuda a bajar el estrés.*

Usuario 06. *“Para taxis mayormente uso el EASY y UBER, pero por problemas de seguridad con UBER, recientemente, he tenido que dejar de usarlos, entonces ahora estoy usando más EASY.”*

Usuario 07. *“Bueno es que ahora sé movilizarme, con respecto al tiempo. Seguridad, rapidez y amabilidad.”*

Usuario 08. *“Bueno, comenzando por estas aplicaciones de taxi que es lo que más uso, te ahorra el problema que tenías con el taxista sobre la ubicación, la tarifa y que se pierda.”*

Los Formalistas: Hombres trabajadores y orientados a la familia que valoran mucho su estatus social. Este estilo de vida tiene preferencia por distintos servicios que brindan las

aplicaciones móviles de geolocalización ya que aspiran a tener desarrollo económico y social:

Usuario 01. *“BEAT, en cuanto taxis y para deliverys uso Glovo.”*

Usuario 02. *“UBER, en tema de transporte y Glovo para temas delivery o courier, hace un par de meses.”*

Usuario 07. *“Bueno prefiero BEAT, porque sé el precio final, además que ahora lo están mejorando, y uso SATELITAL, en hora punta y cuando no tengo mucho apuro, o con anticipación. Pero en general son muchos más cómodas. Las desventajas del SATELITAL es el precio.”*

Usuario 08. *“UBER, WAZE, EASY TAXI, las uso desde hace 2 años.”*

¿Qué aplicativos móviles de Geolocalización en el Sector Transporte usaron en Lima durante el periodo 2013-2017?

De acuerdo con las entrevistas realizadas se pudo observar que las aplicaciones móviles de geolocalización del sector transporte más utilizadas fueron UBER y Easy, tanto por conductores como por usuarios:

Usuario 01. *“Sí, entre BEAT, UBER, y ahora hay CABIFAY.”*

Usuario 02. *“Bueno UBER lo comencé a usar hace unos dos años, Glovo hace unos meses.”*

Usuario 04. *“Bueno, sí he usado, UBER, GLOVO, EASY TAXI, desde hace dos años.”*

Usuario 07. *“Sí, he probado UBER, EASY TAXI y SATELITAL.”*

Conductor 04. *“Sí, 2 AÑOS. siempre he trabajado con UBER.”*

Conductor 01. *“yo ya llevo 4 años con Uber.”*

Conductor 08. *“Llevo 8 meses y sí es bacán, es mejor. Yo, desde las 6:30 hasta las 2 pm, y todo ese tiempo estoy con las dos aplicaciones el UBER y el BEAT, lo activo los dos.”*

¿Qué regulación actual existe en el Perú sobre los aplicativos móviles de Geolocalización en el Sector Transporte?

Por parte de los usuarios y conductores existe un total desconocimiento de las normativas relacionadas con los aplicativos móviles de Geolocalización en el Sector Transporte. En el caso de los usuarios, la mayoría posee un conocimiento nulo; sin embargo, son conscientes que debería existir una normativa que los proteja también como usuarios o al mercado nacional:

Usuario 01. *“No la verdad desconozco.”*

Usuario 02. *“Bueno sé que en Europa se está tratando de regular, pero bueno es un tema que se debe manejar con pinzas porque la línea entre las regulaciones o sobre regulaciones y la libertad de escoger es muy fina, por un lado, estos aplicativos traen muchas facilidades a los usuarios, pero a la misma vez pueden terminar matando a los taxistas formalizados.”*

Usuario 04. *“No, la verdad no he escuchado nada.”*

Usuario 06. *“Este tipo de empresa deben tener en cuenta la ley de datos personales, es decir, la confiabilidad dentro de sus sistema y confidencialidad, porque nosotros accedemos el uso de nuestras tarjetas o ubicación, para que nuestra privacidad no se vea vulnerada, creo que es un aspecto en la que deben trabajar mucho para cuidar a sus clientes. Rapidez, variedad y precio justo.”*

Sin embargo, se identificó la Ley 1505/2016 que crea y regula el servicio privado de transporte a través de plataformas tecnológicas, la misma que señala los requisitos mínimos que debe tener esta plataforma para operar en el país, resaltando que “los vehículos no podrán recoger pasajeros en la vía pública con los que no han concertado

previamente el servicio virtual de transporte”; así como, “encontrarse inscrito en el Registro Nacional de Plataformas Tecnológicas para el servicio de transporte privado a cargo del Ministerio de Transporte y Comunicaciones.”

Al respecto, el funcionario del Ministerio de Transporte y Comunicaciones, Ingeniero Daniel Arévalo Cáceres, Analista de Telecomunicaciones, nos señaló que las empresas a cargo de gestionar los aplicativos de geolocalización “son empresas de tecnología cuyo cord business es ser una plataforma tecnológica que conecte la oferta con la demanda, no tienen flota, no operan en el país, etc. Desde el punto de vista de la legalidad, ahora para que sea ilegal hay que infringir una norma establecida, no se puede pretender llamar ilegal a algo que no infringe una norma preestablecida, ahora por otro lado la ley no puede ser retroactiva”.

Con relación al desenvolvimiento de estas empresas a cargo de los aplicativos de geolocalización, nos señala que “no operan en el país, pero alguien podría decir sí, pero estas empresas funcionan en nuestro país y claro, pero son empresas globales, no puedo decir que operan porque no son empresas registradas aquí, no tienen trabajadores aquí, no tienen oficinas administrativas aquí.”

Por otro lado, su opinión con relación a la Ley 1505/2016 que crea y regula el servicio privado de transporte a través de plataformas tecnológicas, nos indicó que “primero debemos aclarar que las empresas que brindan una plataforma donde conectan la Oferta con la Demanda, no son empresas de transportes, son aplicativos, más no empresas de transportes, dado que no cuentan con una flota, o el subarrendamiento de una flota, además no tienen sede en Perú.”

Asimismo, señaló que no estaba claro cómo se va a realizar su aplicación teniendo en cuenta lo siguiente *“empresas son globales y son plataformas tecnológicas, como por*

ejemplo lo es Facebook o Google, entonces o nuestra legislación anula estas plataformas y sólo podrían operar las nacionales, o de lo contrario podrían llegar a instancias internacionales, dado que estas empresas son registradas en sus países de orígenes y eso podría acarrearle al Estado grandes sumas de dinero. Tenemos un caso con Amazon donde en un país no querían que operaran, entonces Amazon tuvo que abrir una tienda local y vender de manera local, pero sus consumidores no podían comprar de manera virtual en este portal, algo así podría ocurrir en nuestro país.”

Cabe señalar que, estas regulaciones deberían no ser limitantes ni restrictivas, sino deben fomentar a que nuevas aplicaciones se desarrollen dentro de un entorno de consumo colaborativo y permitir mejorar la calidad de vida de las personas a través de sus servicios, tal y como lo señala Fabio Cortegana socio de la aplicación QAY en el Perú, “consideramos que esta Ley se da por los incidentes o actos delictivos, pero eso llega a responder al nivel de cultura o de los habitantes del país; sin embargo, creemos que pueda haber otras formas adecuadas de generar un poder de control. Por ello, una Ley en vez de fiscalizar debe promover la formalidad a nivel de servicios o comunicación, ya que marcas como EASY o UBER han llegado a mejorar el nivel de servicio o calidad de vida de las personas, por ello deben tomarlos como modelos exitosos que sin tanta estructura ni activos puede tener el alcance de mejorar la calidad de vida de a unos y brindar un buen servicio a otros.”

4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. Hallazgos de la investigación

Durante el desarrollo de la investigación, a fin de conocer la influencia del consumo colaborativo en el estilo de vida de la sociedad limeña con el uso de los aplicativos móviles de Geolocalización en el Sector Transporte durante el periodo 2013 – 2017, se identificó en la etapa de entrevistas que existe un total desconocimiento de los usuarios y los mismos conductores en diferenciar una empresa de taxi o taxistas con aplicativos de geolocalización del sector transporte.

Por otra parte, tanto usuarios como conductores desconocen de la reglamentación y/o normativa en el país relacionada con el uso de aplicativos de geolocalización del sector transporte.

El tiempo es el factor que más valoran los usuarios y conductores, ya que los usuarios no tienen que trasladarse para buscar movilidad, sino basta con solicitarlo a través de su aplicativo, y los conductores ya no buscan usuarios disponibles en la ciudad, ya que alertados a través de la plataforma tecnológica.

Asimismo, otro factor valorado por usuarios y conductores es la “Seguridad” ya que para los usuarios este es el principal valor agregado de los aplicativos de geolocalización, a pesar de saber que existe el riesgo de tener un incidente; un así, asumen ese riesgo por ser menor al de tomar un transporte tradicional. No obstante, para los conductores también es valorado este factor ya que para ellos también es un riesgo trasladar pasajeros desconocidos o ir por rutas que no son de su área.

En cuanto a los conductores, se ha observado que no tienen fidelidad por ningún aplicativo de geolocalización, solo preferencias según la ganancia, recorrido y demanda de usuarios.

4.2. Barreras de Investigación

Considerando a los Congresistas de la Comisión de Transportes y Comunicaciones del Congreso de la República que propusieron la Ley 1505/2016 que crea y regula el servicio privado de transporte a través de plataformas tecnológicas y los congresistas que opinaron en contra durante el debate previo a la aprobación de la mencionada Ley; se remitió un correo electrónico a cada uno de sus despachos, no obteniendo ninguna respuesta.

Con la finalidad de conocer las posiciones de los administradores de las principales aplicaciones de geolocalización del sector transporte en Lima, se visitó y contactó con las personas a cargo en las oficinas de UBER e Easy Taxi; sin embargo, informaron que no podrían atendernos.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- a) La hipótesis general a partir de la cual se desarrolla esta investigación se orienta por determinar si los usos de los aplicativos móviles de Geolocalización en el Sector Transporte han influido de manera positiva en el sistema de vida de la sociedad limeña durante el periodo 2013 – 2017. Al respecto, se ha identificado que el uso de los aplicativos móviles de Geolocalización en el Sector Transporte sí presentan una influencia de manera positiva en el sistema de vida de la sociedad limeña durante el periodo 2013 – 2017, ya que se ha notado cambios favorables en la calidad de vida de los clientes, optimizando el tiempo, limpieza, trato, tecnología y seguridad. Por otro lado, han brindado oportunidad de generar opción de trabajo y mayores ingresos a personas que cuentan con un vehículo; así como, lograr mayor eficiencia operativa a los que son taxistas.
- b) La sociedad limeña se encuentra en un entorno propio del consumo colaborativo, donde tanto aplicaciones, como usuarios, obtienen beneficios que han impactado en su día a día, ya que por medio de la tecnología se ha logrado confluir la oferta con la demanda generando rentabilidad tanto a quienes ofrecen sus servicios como a quienes administran la aplicación.
- c) Los comportamientos de los estilos de vida que utilizan las aplicaciones de geolocalización son los Sofisticados, Progresistas, Modernas y los Formalistas, debido a que han encontrado en los aplicativos de geolocalización la satisfacción de necesidades que los caracteriza en común; tales como estatus, oportunidades, seguridad, modernidad y tiempo.

- d) Los aplicativos de geolocalización más utilizados según la investigación realizada son Beat y Uber, las mismas que no son empresas de taxis, sino operadores que administran una plataforma tecnológica interrelacionando a un conductor con un pasajero, por lo que no necesariamente tienen persona jurídica ni oficina administrativa en el país.
- e) El Congreso aprobó la Ley 1505/2016 que crea y regula el servicio privado de transporte a través de plataformas tecnológicas, la misma que señala los requisitos mínimos que debe tener esta plataforma para operar en el país, resaltando que “los vehículos no podrán recoger pasajeros en la vía pública con los que no han concertado previamente el servicio virtual de transporte”; así como, “encontrarse inscrito en el Registro Nacional de Plataformas Tecnológicas para el servicio de transporte privado a cargo del Ministerio de Transporte y Comunicaciones.”

5.2. Recomendaciones

- a) Fomentar el conocimiento de la Ley 1505/2016 que crea y regula el servicio privado de transporte a través de plataformas tecnológicas con el fin de dar a conocer las implicancias de utilizar estas aplicaciones y la forma en cómo influyen en su estilo de vida.
- b) Fomentar el uso de las aplicaciones de geolocalización del sector transporte en otras localidades fuera de Lima, a fin de generar cambios positivos en el estilo de vida de otras personas del país, con base en los beneficios que conlleva su uso en cuanto a tiempo, seguridad, rapidez y costos.
- c) Promover la implementación de aplicaciones móviles de geolocalización en el sector transporte, diseñados en el país y que permitan el libre encuentro de la

oferta y la demanda en un entorno de económica colaborativa, que cubra las necesidades en cuanto a bienes y servicios de la población.

- d) Incentivar la investigación de temas similares que permitan conocer las ventajas y desventajas en la sociedad limeña de la influencia de la economía colaborativa con las aplicaciones móviles de geolocalización en el sector transporte.

REFERENCIAS

- Arellano, R. (2003). *Los estilos de vida en el Perú: Cómo somos y pensamos los peruanos del siglo XXI*. 2° ed. Lima: Arellano Investigación de Marketing.
- Arellano, R. (2017). *Mucho más que tener: Latir. Los estilos de vida latinoamericanos según actitudes, tendencias, intereses y recursos*. 1° ed. Lima: Planeta.
- Botsman, R. & Rogers, R. (2010). *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. New York: Harper Business.
- Buenadicha, C., Cañigual, A. & De León, I. (2017). Retos y posibilidades de la economía colaborativa en América Latina y el Caribe. Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado de <https://webimages.iadb.org/publications/spanish/document/Retos-y-posibilidades-de-la-econom%C3%ADa-colaborativa-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>
- Coreil, J., Levi, J. S. & Gartly, E. (1985). Life Style – and Emergent Concept in the Sociomedical Sciences. *Culture, Medicine and Psychiatric*, 9(4), 423 – 37.
- Durán-Sánchez, A., Álvarez-García, J., del Río-Rama, M. & Maldonado-Erazo, C. (2016). Economía colaborativa: Análisis de la producción científica en revistas académicas. *Revista de Gestao e Secretariado*, 7 (3), 1-20.
- Fischer, L. & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. 4° ed. Ciudad de México: McGRAW-HILL Education.
- González-Molina, G. (2001). *Marketing to Latin American Metros*. Recuperado el julio 12 del 2018 de <https://news.gallup.com/businessjournal/187/marketing-latin-american-metros.aspx>

- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. 6° ed. Ciudad de México: McGRAW-HILL Education.
- López-Carmona, J. M., Ariza-Andraca, C.R., Rodríguez-Moctezuma, J. R. & Munguía-Miranda, C. (2003). Construcción y validación inicial de un instrumento para medir el estilo de vida en pacientes con diabetes mellitus tipo 2. *Salud Pública*, 45 (4), 259-268.
- López-Catalán, B. & San-Martin, S. (2013). Perfiles de compradores españoles por teléfono móvil. *Universia Business Review*. (38), 50-66. Recuperado de <https://ubr.universia.net/article/viewFile/880/1006>
- Marty, O. (2002). Trabajar en las start-up. invertir y divertirse en empresas innovadoras. *Revista de Ciencias Sociales*, 1 (95), 49-60. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/153/15309505.pdf>
- Mendoza, M. (18 de junio de 2018). ¿Una traba en el Perú para las apps de taxi?. *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/traba-peru-apps-taxi-noticia-528882>
- Mendoza, M. (23 de junio de 2018). ¿En qué consiste la norma que traba el despegue de Airbnb?. *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/negocios/consiste-norma-traba-desplieuge-airbnb-noticia-529144>
- Montoya, D. (2015). Startups: tendencias en América Latina y su potencialidad para el crecimiento empresarial. *Contexto: Revista De La Facultad De Ciencias Económicas Administrativas y Contables*, 4, 47-20. doi: <https://doi.org/10.18634/ctxj.4v.1i.416>

- Mullins, J. W., Walker, O. C., Boyd, H. W. & Larreche, J. C. (2007). *Administración del marketing: un enfoque en la toma estratégica de decisiones* (5° ed.). Ciudad de Méico: McGRAW-HILL Education.
- Multilateral Investment Fund (2016). Economía colaborativa en américa Latina. Recuperado de <https://publications.iadb.org/en/publication/15641/economia-colaborativa-en-america-latina>
- Nawas, M. (2009). El estilo de vida. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 3 (1), 91-107. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80503105>
- Noriega, L. F. (2017). *Cambios en los mecanismos de búsqueda de estacionamientos en el distrito de Miraflores, Lima - Perú, mediante la innovación tecnológica, a través del nuevo modelo de economía compartida del siglo XXI*. (Tesis de grado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas – UPC). Recuperado de http://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUPC_862a8c09b9cde0a5743e4ab991f51080
- OCDE. (2013). *Estudios del Centro de Desarrollo: Startup América Latina promoviendo la innovación en la región*. México: OECD Publishing.
- OCDE. (2014). *Emprendedores y startups: Agentes de la innovación en iberoamérica*. México: OECD Publishing.
- Ortega, Iñaki. (2017) . *Disrupción: 100 reflexiones para entender el momento que vivimos a través del fenómeno emprendedor, la tecnología y los millennials*, Universidad Internacional de La Rioja, S. A. (UNIR). ProQuest Ebook Central. Recuperado de <https://reunir.unir.net/handle/123456789/5958>
- Pimentel, G. (2017). La Personalización de las relaciones económicas a través de la economía colaborativa: los límites al supuesto de no-turismo. *Revista Académica ECO*, (17), 107-115. Recuperado de

http://recursosbiblio.url.edu.gt/CParens/Revista/ECO/Numeros/17/07/07_ECO_17.pdf

Redacción Perú21 (05 de Junio de 2018). Aprueban proyecto de ley que busca regular a taxis por aplicativos. *Perú21*. Recuperado de <https://peru21.pe/peru/aprueban-proyecto-ley-busca-regular-taxis-aplicativos-409408>

Redacción, TH. (02 de Abril 2018). La economía colaborativa se prepara para su despegue definitivo. *TecnoHotel*. Recuperado de <https://www.tecnohotelnews.com/2018/04/economia-colaborativa-despegue-definitivo/#>

Sánchez, R. (2016) Aproximación Jurídica A La Economía Colaborativa: Diferentes Realidades. *Cuadernos de Derecho y Comercio*, (66), 13-73. Recuperado de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/upcsp/detail.action?docID=4908647>

ANEXOS

Anexo 01. Matriz de procesamiento por segmento

Categorías	Entrevistados	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Entrevistado 4	Entrevistado 5	Conclusión Segmento 1
Categoría 1	Pregunta 1	Código de Respuesta					
	Pregunta 2	Código de Respuesta					
	Pregunta 3						
Categoría 2	Pregunta 4						
	Pregunta 5						
	Pregunta 6						
Categoría 3	Pregunta 7						
	Pregunta 8						
	Pregunta 9						

Fuente: Elaboración propia de autores