



CONDICIONES LABORALES DE LOS DOMICILIARIOS DE RAPPI, UBER, ETC.

AUTORES

GUSTAVO ADOLFO SÁNCHEZ LIBREROS

JUAN CAMILO ROSAS ACOSTA

DIRECTOR DEL PROYECTO

EDGAR SARRIA CAMPO

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

MERCADEO INTERNACIONAL Y PUBLICIDAD

SANTIAGO DE CALI

2020

Agradecimientos

En primer lugar, queremos agradecer a Dios, quien nos ha permitido culminar nuestra carrera a pesar de la situación actual de pandemia. También, a nuestro profesor y tutor Edgar Sarria, quien nos brindó herramientas y conocimientos para la consecución de este proyecto. En último lugar, pero no menos importante, agradecemos a todos los domiciliarios y conductores, por la ayuda brindada en la recolección de datos y la realización de encuestas para este trabajo, y también porque han sido una parte fundamental para sobrellevar la crisis ocasionada por el COVID 19.

Motivaciones

Hoy en día es imposible tratar de imaginar una actualidad sin el apoyo de herramientas digitales las cuales han facilitado de una gran forma la vida de todas las personas. Nosotros, como nativos digitales no alcanzamos a dimensionar las ventajas que estos avances tecnológicos nos ofrecen.

La principal motivación que llevó a realizar esta investigación, es la necesidad de conocer las condiciones y el clima laboral de las personas que hacen posible que estas plataformas de servicio funcionen y obtengan el éxito que han alcanzado.

Previo al surgimiento de la pandemia, las manifestaciones por no tener condiciones laborales justas por parte de las personas que ofrecen estos servicios era cada vez mayor, sin embargo durante la aparición del virus se pudo dimensionar lo relevante que es la labor de estas personas, siendo uno de los grandes protagonistas en estos tiempos de dificultad.

La importancia de este estudio radica en conocer las opiniones de estas personas frente a las condiciones que las compañías les ofrecen e igualmente conocer la calidad de servicio que se brinda a los usuarios.

Tabla de contenido

Resumen.....	4
Abstract.....	5
Objetivo general.....	6
Objetivos específicos.....	7
Marco teórico	8
Historia	9
Plataformas de comida.....	9
Historia de aplicaciones de domicilios en Colombia.....	9
Datos generales.....	12
Requisitos para los domiciliarios.....	13
Uber eats.....	13
Rappi.....	13
Domicilios.com	13
Implementos de trabajo para domiciliarios en Colombia.....	14
Plataformas de transporte	17
Historia	17
Historia de aplicaciones de transporte en Colombia	19
Trabajo de campo	22
Plataformas de servicio de transporte	22
Nivel de satisfacción de los usuarios.....	22
Clima laboral apps de transporte.....	25
Plataformas de servicio de domicilios	27
Nivel de satisfacción de los usuarios.....	27
Clima laboral apps de domicilios	33
Conclusiones.....	35
Apps de transporte.....	35
Apps de domicilios.....	36
Bibliografía	38
Anexos	39
Anexo 1 Cuestionario “nivel de satisfacción”	39
Anexo 2 Cuestionario “clima laboral”.....	42
Anexo 3 - Ficha técnica “sondeo nivel de satisfacción apps de transporte”	44
Anexo 4 - Ficha técnica “sondeo nivel de satisfacción apps de domicilios”	45
Anexo 5 - Ficha técnica “sondeo clima laboral apps de transporte”	46
Anexo 6 - Ficha técnica “sondeo clima laboral apps de domicilio”	47
Anexo 7 - RESPUESTAS SONDEO.....	48

Resumen

A través del tiempo, los avances tecnológicos han tomado un papel cada vez más importante en el desarrollo de todo tipo de negocios, especialmente de aquellos que han podido implementar en su funcionamiento el manejo de herramientas digitales, como las aplicaciones móviles. Muchas compañías han buscado migrar hacia plataformas digitales amoldándose a las tendencias del mercado, buscando captar un público más amplio. Otras han identificado grandes oportunidades en este medio y han sido pioneras en ofrecer servicios innovadores a través de aplicaciones que han logrado facilitar la vida de los consumidores. Asimismo, las aplicaciones de servicio han sido una oportunidad laboral para muchas personas, ayudándoles a generar ingresos y convirtiéndolos en parte de las compañías como socios. Esta es una característica muy importante del surgimiento de este tipo de aplicaciones, ya que están generando ocupación y reducen índices como desempleo y pobreza.

En cuanto al caso de los consumidores, factores del día a día como la necesidad de inmediatez, la falta de tiempo, el auge de la tecnología y en especial el uso continuo del celular, han creado la necesidad y el deseo de usar aplicaciones móviles para facilitar la vida cotidiana.

Para este caso en específico, se hablará sobre dos modelos de negocio que son fundamentales para la sociedad: transporte y alimentación, dando un enfoque especialmente a las aplicaciones móviles más usadas por los caleños, entre las que se encuentran Rappi, Uber eats, Domicilios.com, Didi, Uber, Cabify e InDriver.

Palabras clave: Aplicaciones móviles, nivel de satisfacción, E-commerce, socio repartidor, clima laboral.

Abstract

Over time, technological advances have taken an increasingly important role in the development of all types of businesses, especially those that thanks to innovation have been able to implement the operation of digital tools, such as mobile applications.

Many companies have sought to migrate to digital platforms, adapting to market trends, seeking to capture a wider audience. Others have identified great market opportunities in this environment and have been pioneers in offering innovative services through applications that have made life easier for consumers.

Also, service applications have been a job opportunity for many people, helping them generate income by making them part of companies as partners. These are a very important feature of the emergence of these kinds of applications since they are generating employment, reducing rates such as unemployment and poverty.

On the other hand, in the case of consumers, the day to day factors such as the need for immediacy, the lack of time, the rise of technology and especially the continuous use of cell phones, have created the need and desire to use mobile applications to facilitate everyday life. For this specific case, we will discuss about two business models that are fundamental for society: transportation and food, giving a special focus to the mobile applications most used in Cali, among which are Rappi, Uber eats, Domicilios.com, Didi, Uber, Cabify and InDriver.

Keywords: Mobile application (app), customer satisfaction, E-commerce, delivery partner, working environment.

Objetivo general

- Analizar tanto el estado contractual de las plataformas de servicios (de domicilios y de transporte) que operan en Cali, así como el nivel de satisfacción de los consumidores que hacen uso de estas aplicaciones, teniendo en cuenta factores como las condiciones laborales del personal contratado, comisiones y ganancias, evaluación de los tiempos de entrega y el servicio al cliente del domiciliario, entre otros.

Objetivos específicos

- Identificar el marco histórico de las principales plataformas digitales (Domicilios y transporte) más importantes que operan en Cali. Estas son: Rappi, Uber eats, Domicilios.com, Didi, Uber, Cabify e InDriver.
- Conocer la percepción que tiene la comunidad caleña sobre las principales plataformas de domicilios y transporte que operan en la ciudad.
- Conocer las comisiones y ganancias de las personas que operan bajo la modalidad de las plataformas digitales de domicilios y transporte en Cali.
- Realizar un sondeo el cual logre identificar el clima organizacional de estas compañías en la ciudad de Cali.
- Realizar un sondeo el cual identifique el nivel de satisfacción referente al servicio al cliente que prestan estas plataformas.

Marco teórico

En el presente trabajo se hablará de las aplicaciones móviles más importantes que tienen presencia en Colombia y que pertenecen a los sectores de comida y transporte. Sin embargo, la investigación se delimitará a aquellas plataformas que funcionan en la ciudad de Cali.

Con el fin de hacer un análisis más claro del tema, se dividirá el contenido de este trabajo en plataformas de comida y de transporte, y para cada uno se analizarán puntos importantes como su aparición en el mundo, su llegada a Colombia, datos generales sobre su funcionamiento, participación en el mercado colombiano, retribuciones y requisitos para los domiciliarios, entre otros. También, se abordará la investigación analizando tanto aspectos laborales de los domiciliarios (nivel de satisfacción por prestar sus servicios a determinada app, beneficios otorgados por ser parte de dicha organización, impresiones sobre la retribución recibida por sus labores, entre otros) como las percepciones sobre el nivel de satisfacción de los usuarios (calificaciones sobre el servicio recibido, sobre el tiempo de espera de pedidos y sobre la calidad del pedido recibido).

Historia

Plataformas de comida

Como se ha dicho hasta ahora, las plataformas de domicilios sobre las que se realizará la investigación son Rappi, Domicilios.com y Uber Eats. Tanto Rappi como Domicilios.com surgieron en nuestro país, por lo que su historia estará más adelante en la línea de tiempo de apps de domicilio en Colombia. Por otro lado, para el 2014 y aprovechando la marca sombrilla de Uber, sale al mercado la aplicación móvil “Uber eats” que hoy en día tiene presencia en 350 ciudades y más de 36 países. Su característica principal es la de ofrecer una amplia variedad de restaurantes y lugares de los que se puede realizar pedidos. Igualmente, al ser parte de Uber, tiende a buscar siempre el mejoramiento de su servicio a través de soluciones innovadoras, y para muestra de ello, el año anterior la compañía anunció que empezaría a realizar pedidos mediante drones para optimizar procesos y reducir los tiempos de entrega (Chueca, 2019). Actualmente Uber eats cuenta con una oferta de más de 2.000 restaurantes aliados. (EFE, 2018)

Historia de aplicaciones de domicilios en Colombia

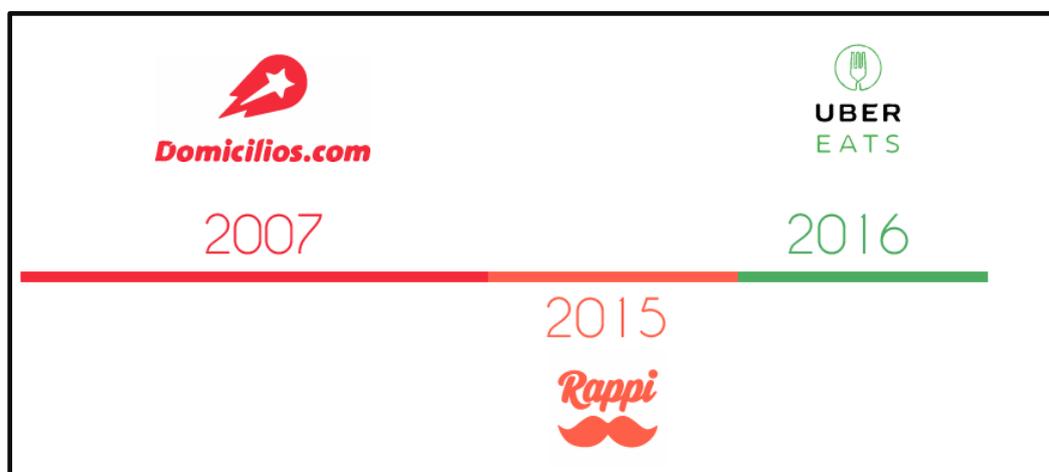


Ilustración 1. Línea de tiempo de Apps de domicilios de comida en Colombia – Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en la ilustración 1, el E-commerce de comidas en Colombia fue inaugurado por Domicilios.com en el 2007, que empezó siendo un directorio virtual de restaurantes, pero para 2009 cambió su modelo de negocio hacia una aplicación de comidas como es conocida hoy en día. Fue prácticamente la única empresa importante de esta categoría hasta que después del 2015 aparecieron los que hoy son sus principales competidores en el tema descargas: Rappi y Uber eats. (Benavides, 2018)

La historia de Domicilios.com, el pionero en pedidos de comida online comenzó en el 2007. Para ese entonces, José Guillermo Calderón y Miguel McAllister, estudiantes de la Universidad de los Andes, crearon su primer piloto: un directorio digital en el que se listaban todos los restaurantes en las diferentes ciudades de Colombia. En este “directorio digital”, después de un tiempo identificaron una oportunidad de negocio, monetizando ésta a través de la venta online. Inicialmente su plataforma era una página web donde se realizaban los pedidos y posteriormente una aplicación pionera en el domicilio del sector gastronómico. Hoy, casi diez años después de su creación, Domicilios.com pasó de ser un sueño local a una realidad de talla mundial. La empresa ha levantado cerca de 40 millones de dólares en capital y hoy en día genera cerca de 500 empleos directos y 1.000 indirectos. Esta plataforma cuenta actualmente con 23.000 establecimientos y tiene presencia en ciudades como Medellín, Bogotá, Cali, Bucaramanga, además de estar presente en países como Perú, Ecuador y Argentina, igualmente es la que más establecimientos registra en su plataforma.

Domicilios.com estuvo alrededor de 8 años sin un competidor determinante en el mercado colombiano, hasta que para el 2015 en Medellín aparece Rappi; el segundo unicornio colombiano, como se le denominan a aquellas empresas que han sido evaluadas por más de 1.000 millones de dólares en su fase inicial. Hay que resaltar, que hasta el día de hoy

las únicas dos empresas colombianas en esta posición son Rappi y LifeMiles (Betancur., 2017).

Rappi comenzó siendo una app netamente de domicilios, sin embargo, hoy en día han diversificado sus servicios (mensajería, Rappi-favores,) e incluso tiene su propia tarjeta de crédito, por lo que ha evolucionado a tal punto de satisfacer cualquier necesidad del consumidor.

Posterior a Domicilios.com y Rappi, que son las empresas líderes en su categoría, en 2018 llega al país la app norteamericana Uber Eats, una marca que surge bajo la sombrilla de la conocida empresa de transporte Uber, sin embargo, a pesar de este posicionamiento esta aplicación móvil sólo funcionaría por 2 años en nuestro país (Portafolio, 2020). A pesar de que en octubre de 2020 se anuncia el retiro oficial de esta aplicación del mercado colombiano, se tendrá en cuenta para el desarrollo de esta investigación.

Datos generales

			
Tiempo de llegada	15 min en adelante	35 min en adelante	15 min en adelante
Precio del Domicilio	Desde \$3.500 COP	Desde \$3.000 COP	Desde \$3.000 COP
Variedad de Sitios	-Restaurantes -Licorerías -Panaderías	-Tiendas de moda -Supermercados -Restaurantes -Licorerías -Cajeros	-Restaurantes -Panaderías
Diferenciales	Mayor red de repartidores	No cobran comisión al domiciliario	Pagan seguridad social al domiciliario
Participación de Mercado	61%	43%	22%

Ilustración 2. Datos generales apps de domicilios en Colombia – Fuente: Elaboración propia.

Requisitos para los domiciliarios

Uber eats

Para poder ser parte de la comunidad como “Socio Repartidor” es necesario cumplir una serie de requisitos como lo son: tener un vehículo (carro, moto o bicicleta) con sus correspondientes documentos al día, ser mayor de edad, tener un teléfono inteligente donde poder descargar la App de Uber para socios. Ser una persona respetuosa y amable, y adquirir la maleta térmica “Uber Eats” ya que estas permiten mantener la temperatura de las comidas mientras son transportadas.

Rappi

Una vez llenado el formulario y aceptado, es necesario que la persona cumpla los siguientes requisitos: poseer tu propio medio de transporte (moto o bicicleta) ser mayor de edad, tener un dispositivo Android, tener licencia de conducción y documentación del vehículo, demostrar interés, asistir a las capacitaciones, compra de la mochila Rappi y sobre todo demostrar buena actitud.

Domicilios.com

Si se desea ser parte del equipo de Domicilios.com, se deben cumplir algunos requisitos como: ser mayor de 18 años, tener moto (licencia clase c y SOAT) o bicicleta, tener un teléfono (iPhone 4s o superior) o teléfono Android (4.2 o superior). Flexibilidad para trabajar los fines de semana y feriados, adquirir maleta térmica para el transporte de los alimentos.

Implementos de trabajo para domiciliarios en Colombia

Al no tener una relación laboral (por medio de contratos y pago prestaciones), la empresa Rappi no puede exigir a sus domiciliarios el uso de implementos y uniformes corporativos para ejercer su trabajo, pero el uso de estos elementos es necesario para que los clientes tengan confianza en el servicio que presta el domiciliario, y por ello la empresa Rappi les vende todo el uniforme y la maleta especial para guardar los domicilios de comida. Los elementos que el domiciliario debe pagar de su propio dinero son la chaqueta por \$57.000 pesos colombianos, la gorra por \$10.000 pesos colombianos y la maleta de domicilios; ya sea mediana por \$20.000 o grande por \$55.000 pesos colombianos aproximadamente (Nonsoque, 2018).

Los precios en dólares de estos implementos de trabajo se pueden apreciar en la ilustración 3:



Ilustración 3. Precios de implementos de trabajo de Rappi en Colombia – Fuente: Elaboración propia.

Los implementos de trabajo que usa el domiciliario de UBER eats (ilustración 3) para realizar su labor son la chaqueta, maleta portacomidas y gorra, y todos estos elementos deben ser pagados por el domiciliario al igual que en la empresa Rappi. Al hacer la conversión de dólares a pesos colombianos, se puede apreciar que la chaqueta tiene un costo de \$139.000 COP, la maleta de \$174.000 COP y la gorra de \$34.000 COP. Se debe tener en cuenta que estos precios de UBER eats son del año actual (2020) y fueron tomados de la página oficial de UBER, por lo que su precio estaba en dólares y hubo que hacer la aproximación a la moneda colombiana, mientras que los precios de Rappi nombrados anteriormente fueron tomados de una investigación realizada en el año 2018.



Ilustración 4. Precio implementos de trabajo de Uber Eats en Colombia – Fuente: Elaboración propia.

Basados en la tabla 1 se puede apreciar que los costos más altos de implementos laborales los maneja Uber Eats, pues al ser una empresa internacional tiene mayor trayectoria y un mayor público. Por lo que se refiere a Rappi, puede apreciarse que cuenta con los menores precios de implementos laborales ya que entre las 3 empresas, es la más nueva en el mercado.

Tabla 1

Comparación de precios de los implementos de trabajo entre Rappi y Uber eats-

	RAPPI	UBER EATS	DOMICILIOS.COM
CHAQUETA	\$ 14	\$34.85	\$20.53
GORRA	\$2.46	\$ 8,71	\$4,71
MALETA	\$13.52	\$43.56	\$29.63

Fuente: Elaboración propia.

Plataformas de transporte

Historia

En el 2009 se crea UberCab, el pionero de los servicios digitales de transporte para autos particulares y que hoy en día es conocido simplemente como Uber. Fue creada con el pensamiento de conseguir un medio de transporte luego de presionar un botón en el celular y su primer territorio fue San Francisco, EE. UU. Para el 2011 logra internacionalizarse luego de recibir una inversión de Jeff Bezos (fundador de Amazon). Años después empieza a diversificar sus servicios y pone en el mercado las versiones de “Uber Black”, que se trata del mismo servicio, pero con autos más lujosos, y “Uber Pool”, cuya característica principal es que transportan a varios usuarios al tiempo con el fin de que ellos ahorren su dinero. Luego de Uber, surgieron dos empresas que para hoy son muy conocidas alrededor del mundo: Cabify y Beat, ambas en el 2011. Beat fue fundada en Grecia, y para el 2015 emigra a Latinoamérica.

Actualmente Beat cuenta con 59.000 socios conductores y se estima que ha tenido un crecimiento mensual del 30%. En esta aplicación los conductores pueden recibir incentivos luego de completar cierto número de viajes y recibir dinero adicional por referir nuevos conductores (Casas 2020).

Asimismo, para el 2011 Cabify sale al mercado y 6 años después se convierte en la primera empresa “unicornio” del país vasco. Hoy día, es conocida como una de las plataformas de movilidad más grande en el mundo de habla hispana, pues opera en España, Chile, México, Colombia, Perú, Brasil, Panamá, Ecuador, Portugal, Argentina, República Dominicana y Uruguay. En nuestro país, la compañía actualmente se encuentra habilitada por el Ministerio de Transporte Colombiano para prestar servicios especiales, por lo cual poseen convenios con distintas empresas a nivel nacional. Según Casas (2020) actualmente Cabify cuenta con 7.000 socios conductores.

Un año después para el 2012 surge en China Didi, la cual se caracteriza por proporcionar vehículos y taxis de alquiler. Hace un par de años comenzó su despliegue por nuestro continente, siendo Brasil el primer punto estratégico para comenzar a prestar sus servicios.

Esta aplicación asiática inicia en 2019 sus operaciones en Bogotá y logra expandirse en el mismo año a otras ciudades importantes como Cali, Barranquilla y Medellín. Didi es una app que ha tomado fuerza en nuestro país, y con el que se le conoce coloquialmente como el “Uber chino” y ha tomado gran fuerza entre sus colaboradores debido a la baja tasa que les cobra el 10% del servicio.

Por último, InDriver es la más reciente aplicación móvil sobre las que se investigará en este trabajo. Fue creada en Rusia para el 2013 y actualmente está presente en más de 200 ciudades a nivel global. Es reconocida en nuestro país por ser la única app de transporte en la cual el usuario puede “negociar” el servicio con el conductor antes de contratarlo, y viceversa (el conductor es quien puede ofrecer las condiciones), algo así como cualquier transacción informal. Inicia sus operaciones en Cúcuta para el 2018 y desde entonces se han expandido a otras 13 ciudades del país, siendo Barranquilla su punto de mercado más fuerte a pesar de tener una reciente llegada exitosa a Bogotá. InDriver tiene más de 20 millones de usuarios en más de 200 ciudades de 14 países alrededor del mundo. Es otra app que ha cogido fuerza en Colombia entre sus colaboradores, debido a que brinda un plazo de 6 meses sin cobrarle comisión por servicio, y después de este lapso cobra una cifra inferior del 9%, un porcentaje más bajo al de muchas otras aplicaciones de transporte. (Portafolio, 2019)

Historia de aplicaciones de transporte en Colombia

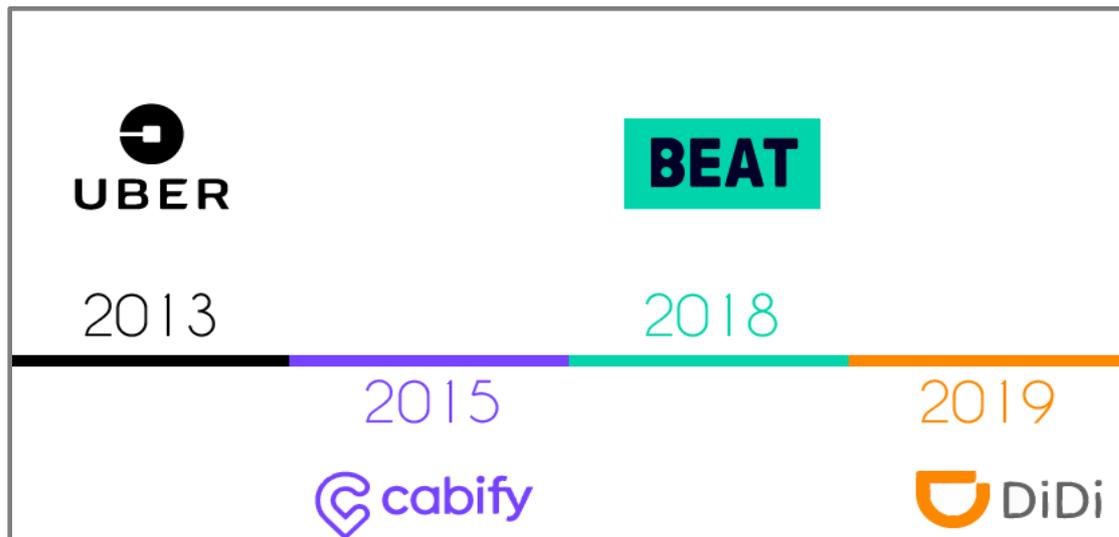


Ilustración 5. Línea de tiempo de apps de transporte en Colombia – Fuente: Elaboración propia.

Uber tuvo su llegada al país en 2013, y fue el pionero en la categoría de aplicaciones digitales de transporte. Desde 2015 empezaron a llegar otras empresas al país, pero varias de ellas solo tuvieron funcionamiento en Bogotá. Cabify fue la segunda después de Uber en radicarse en varias ciudades de Colombia, entre ellos Cali y posteriormente le siguieron Beat y Didi. En la ilustración 6, se resumirán algunos aspectos importantes de las aplicaciones de transporte nombradas anteriormente.

	 UBER	 cabify	 BEAT	 DiDi
Requerimientos vehículo	-Mod. 2006 -Perfecto estado -SOAT vigente	-Mod. 2008 -Revisión tecnicomecánica -Aire acondicionado -Reproductor de música	-Mod.2006 -Perfecto estado -Póliza de seguro	-Mod. 2007 -SOAT vigente
Requerimientos conductor	-Mayor de edad -Antecedentes judiciales	-Mayor de edad -Antecedentes judiciales -EPS y ARL	-Mayor de edad -Antecedentes judiciales y de Infracciones	-Colombianos -Mayor de edad -Certificado antecedentes judiciales y de Infracciones
Comisión al conductor	75%	85%	75%	90%

Ilustración 6. Datos Generales de aplicaciones de transporte en Colombia – Fuente: Elaboración propia.

Puede observarse que Didi maneja las menores comisiones hacia los conductores, y esto se debe a que sólo lleva 1 año en el mercado colombiano y busca agregar a su lista de colaboradores el mayor número posible de personas, con el fin de tener siempre disponibles a sus conductores a pesar de que sea hora pico. Esta estrategia es la principal ventaja competitiva que usa Uber, y bajo la cual se ha posicionado en todo el mundo.

						
Colombia	75% del servicio	100% del servicio	65% del servicio	85% del servicio	75% del servicio	90% del servicio
México	65% del servicio	\$0,94 USD	85% del servicio	—	—	80% del servicio
Chile	75% del servicio	\$1,60 USD	—	80% del servicio	—	90% del servicio
Argentina	\$1,58 a \$2,64 USD	\$1,11 USD	—	75% del servicio	75% del servicio	—
Uruguay	—	\$1,47 USD	\$1,09 USD por Km	—	—	—
Perú	—	\$1,99 USD	—	—	—	—
USA	—	—	—	—	—	—
Europa	\$5,64 USD	—	\$3,4 USD por Km	80% del servicio	—	—

Ilustración 7. Comparación de las retribuciones apps de transporte y de domicilios – Fuente: Elaboración propia.

Con el fin de analizar uno de los factores más importantes para la satisfacción laboral del domiciliario y conductor, se realizó una comparación de todas las aplicaciones con el fin de contrastar qué porcentaje le entrega la aplicación al trabajador como una retribución por realizar su labor. Estos datos pueden observarse en la ilustración 7.

Trabajo de campo

Se realizó un trabajo de campo con el objetivo que nos ayudara a conocer el clima laboral de las personas que hacen posible que estas plataformas funcionen y que hayan alcanzado el éxito que hoy en día tienen, esto por medio de un sondeo que pudiera reflejar las condiciones laborales de estas personas y además poder conocer el nivel de satisfacción de los usuarios de estas plataformas en la ciudad de Cali, para así poder identificar el servicio que estas personas están ofreciendo y encontrar una relación entre el servicio ofrecido y la calidad de las condiciones laborales de los socios prestadores de servicios de las plataformas.

Se diseñaron dos tipos de cuestionarios de nivel de satisfacción para las dos categorías de plataformas digitales tanto domicilios, como para servicios de transporte. Compuesto por diez preguntas cada uno de ellos y elaborado y ejecutado en línea a través de un enlace de Google Forms y totalmente anónima. La población objetiva fueron hombres y mujeres residentes de la ciudad de Cali de cualquier tipo de estrato socioeconómico, con tan solo una variable de desagregación de análisis la cual fue que fueran usuarios de plataforma digitales de domicilios o de servicio de transporte respectivamente.

Plataformas de servicio de transporte

Nivel de satisfacción de los usuarios

Respecto al sondeo sobre el nivel de satisfacción de aplicaciones de transporte se obtuvo una muestra total de 74 personas de las cuales el 62,2% fueron hombres y restante 37,2% correspondiente a mujeres.

Se les preguntó cuál era la aplicación de servicio de transporte que hacían mayor uso y preferían a lo que manifestaron con un 47,3% que Uber es considerada la aplicación de mayor preferencia para los usuarios interrogados, seguido de Beat con un 25,7% y Didi con

un considerable 14,9% siendo la aplicación con menos tiempo en el mercado de estas plataformas. (Ilustración 8)

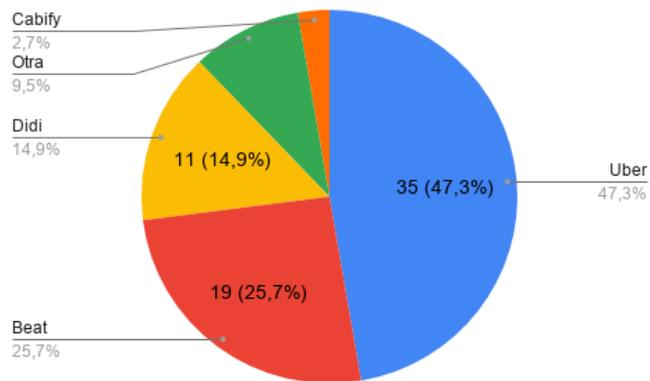


Ilustración 8 – Pregunta: ¿Cuál es la aplicación de transporte que más usa? – Fuente: Elaboración propia.

Igualmente se buscó conocer hace cuanto las personas hacen uso de su aplicación de transporte preferida, para así tener un panorama claro sobre la relación de los usuarios con su respectiva aplicación. Con un 63,5% manifestó hacer uso de dicha aplicación hace mucho más de un año, mientras un 36,5% de las personas han empezado a usar la plataforma hace menos de un año bien sea por que emigraron a una nueva o por factores como el covid-19 el cual los obligo a hacer uso de estas.

Igualmente, se determinó relevante conocer la frecuencia de uso de usuarios de estas aplicaciones de transporte, para analizar si el uso de estas es recurrente o esporádico. el 41,9% manifiesta usarlas por lo menos una vez al mes seguido de un 31,1% la cual manifiesta usarla por lo menos una vez a la semana y un 17,6% la cual la usa una vez cada 3 meses. Por lo cual se podría determinar que el 73% de la muestra hace uso de la plataforma mínimo una vez al mes, lo cual es un uso bastante frecuente.

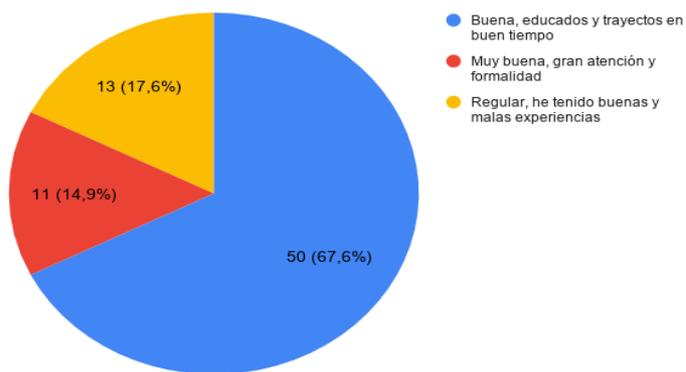


Ilustración 9 – Pregunta: ¿Cómo califica la atención y servicio por parte de los domiciliarios? – Fuente: Elaboración propia.

Se indago sobre la opinión respecto al servicio y atención que brindan los conductores, el 82,5% calificó como positivamente el servicio prestado, manifestando que son personas muy educadas y generalmente realizan trayectos en buenos tiempos, sin embargo, un 17,6% califico lo como regular debido a que han tenido como buenas como malas experiencias. (Ilustración 9).

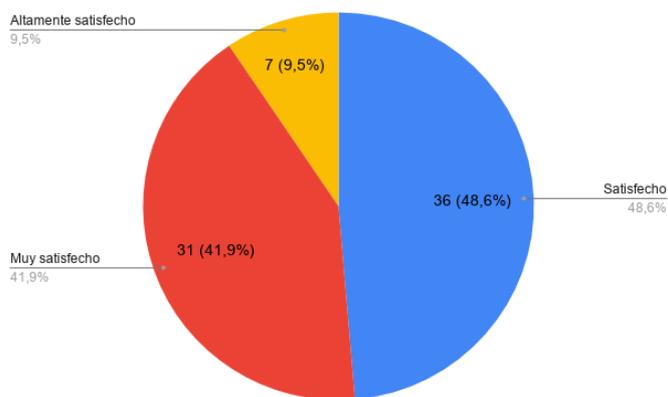


Ilustración 10 – Pregunta: ¿Qué tan satisfecho está con el uso la aplicación? – Fuente: Elaboración propia.

Finalmente se quiso conocer en términos generales cual es el nivel de satisfacción del servicio de la plataforma de transporte que hacen uso, donde el 51,4% manifestó una satisfacción muy alta frente al servicio ofrecido y el restante 48,6 se muestra simplemente

satisfecho, por lo que se pudo evidenciar que el 100% de la muestra siente una satisfacción positiva frente a la plataforma utilizan. (*Ilustración 10*)

Las personas que hicieron parte de este sondeo tienen una percepción muy positiva sobre el servicio que en términos generales los socios conductores ofrecen, manifestando con un 86,5 % que la calidad de los autos es muy buena además de ser un servicio seguro y tan solo un 6,8% expreso que el servicio podría mejorar ya que a veces hay poca oferta.

Clima laboral apps de transporte

Con respecto al sondeo realizado para conocer e identificar elementos claves sobre el clima laboral de los socios conductores de las diversas plataformas de servicio de transporte, se obtuvo una muestra total de 42 personas. Inicialmente se les preguntó si sentían que las compañías se preocupaban por motivarlos para mejorar la labor desempeñada, sin embargo, el 74,1% manifestaron no sentir ningún tipo de preocupación por parte de las plataformas de transporte para motivarlos, tan solo el 28,6% dice a veces sentir algún tipo de motivación por parte de las plataformas.

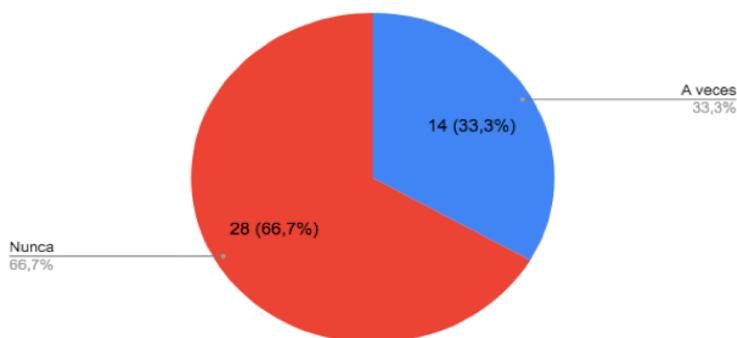


Ilustración 11 – Pregunta: ¿La organización cuenta con planes y acciones específicas para mejorar su trabajo? – Fuente: Elaboración propia.

Posteriormente se indagó si estas plataformas otorgan buenos beneficios a los conductores, el 85,7% manifestó que a veces lo hacen sin embargo el restante 14,3% piensa que nunca se les ofrecen beneficios además de esto el 66,7% de la muestra expresó que las

plataformas no ofrecen planes ni acciones para mejorar su labor, tan solo el 33,3% dice a veces recibir este tipo de planes por parte de las compañías. (*Ilustración 11*)

Por otra parte, se pudo evidenciar que los socios conductores valoran mucho la cantidad y calidad de información que se les brinda para cumplir con cada uno de los servicios, pues el 95,2% de la muestra expresó siempre recibir información adecuada, el restante 4,8% contestó que casi siempre. (*Ilustración 12*)

Además, manifestaron a veces recibir apoyo de las plataformas cuando tenían dificultades con un 66,7% y un 23,8% dice casi siempre recibir este apoyo, sin embargo, estos procesos pueden tomar mucho tiempo.

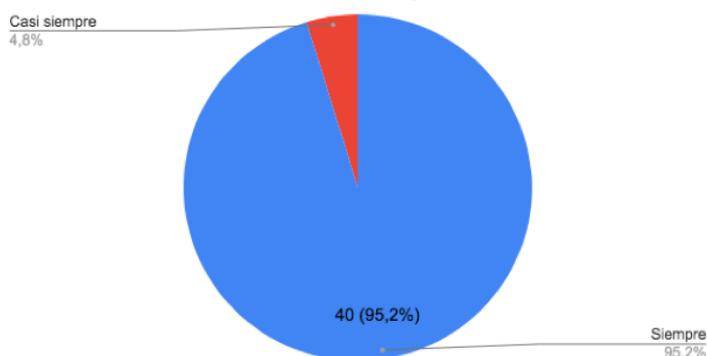


Ilustración 12 – Pregunta: ¿La organización le proporciona información suficiente para realizar bien su trabajo? – Fuente: Elaboración propia.

Por último, se les pidió calificar su nivel de satisfacción de pertenecer a la correspondiente plataforma de servicio de transporte como socio conductores, donde el 69% manifestó que su satisfacción era regular, un 11,9% la calificó como mala y solo el 19% dice sentirse satisfecho. Para conocer el porqué de dicha satisfacción, se les indagó si sentían que las compañías reconocían y valoraban su trabajo donde sorprendentemente el 85,7% de los socios conductores que fueron parte del estudio expresaron nunca sentirse valorados, el restante 14,3% manifestó solo a veces sentirse valorados.

Una de las variables más relevantes para los socios conductores es la retribución por su labor, por lo que se les preguntó si sentían que recibían una retribución justa por el trabajo

desempeñado, a lo que el 90,5% manifestó que solo a veces las plataformas ofrecen buenos pagos, pues las tarifas son bastante variables. El porcentaje restante de lo reparte el casi siempre con un 4,8% al igual que el nunca.

Plataformas de servicio de domicilios

Nivel de satisfacción de los usuarios

Referente al sondeo que se basa en el nivel de satisfacción de las aplicaciones de domicilios, se trabajó con una muestra de 72 personas; 39 mujeres y 33 hombres.

Como se observa en la *ilustración 13*, a estos usuarios interrogados se les preguntó cuál era la aplicación de domicilios que más usaban en su cotidianidad, y la más seleccionada fue Rappi, pues un 56% la consideró como su opción de mayor preferencia. En segundo lugar, fue elegida Domicilios.com con un 26% del total de votos, y luego de estas dos compañías colombianas fue votado Uber eats, con 12,3%. Tan solo un 5,5% manifestó utilizar otra aplicación diferente a las anteriormente nombradas.

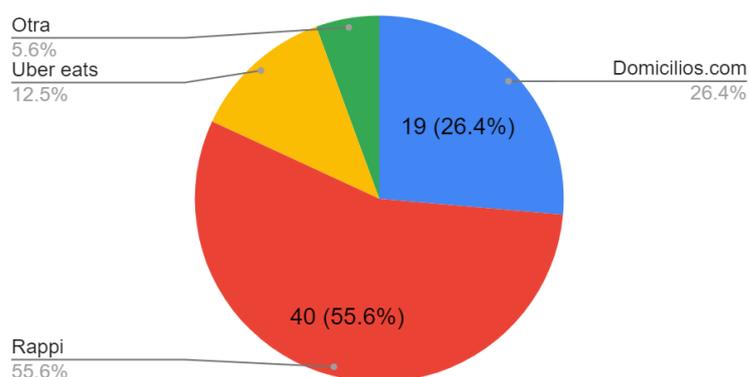


Ilustración 13 – Pregunta: ¿Cuál es la aplicación de transporte que más usa? – Fuente: Elaboración propia.

Para investigar más a fondo sobre estas preferencias, se preguntó sobre el tiempo que los usuarios llevan usando esta aplicación. Un 52,1% de estas personas respondieron usar

dicha aplicación desde hace 6 meses a 1 año, seguido de un 16,4% que aseguró usarla desde hace 1 a 3 años y un 12,4% que contestó hacer uso desde más de 3 años. Puede verse que los mayores porcentajes de respuestas se agrupan en un rango mayor a 6 meses, por lo que la mayoría de las personas interrogadas son clientes redituables de dichas aplicaciones móviles. Por último, el 11% manifestó usar la aplicación hace 1 a 3 meses, seguido de un 8,2% que respondió utilizarla desde hace 3 a 6 meses, estos datos pueden observarse en la *Ilustración 14*.

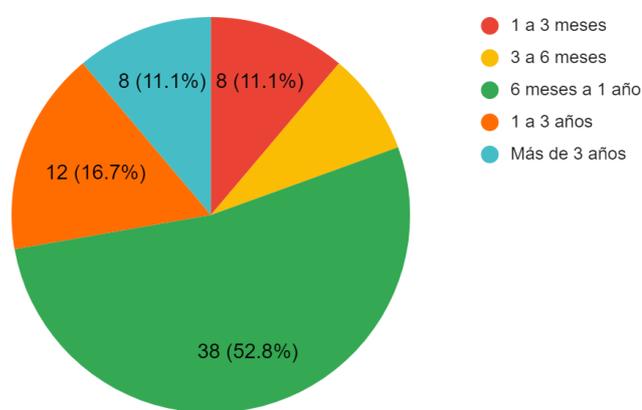


Ilustración 14 – Pregunta: ¿Desde hace cuánto utiliza esta aplicación? – Fuente: Elaboración propia.

De igual manera, era importante analizar la frecuencia de uso de estas aplicaciones, por lo que se investigó si su uso era esporádico o frecuente. El 52,8% manifestó usar su aplicación preferida de manera semanal, seguido de un 26,4% que respondió utilizarlas a diario y un 19,4% de manera mensual. Tan solo el 1,4% revela que su frecuencia de uso de estas aplicaciones de domicilios es semestral. En base a dichos datos, se podría determinar que el 98,6% de los encuestados usa dichas aplicaciones al menos una vez al mes.

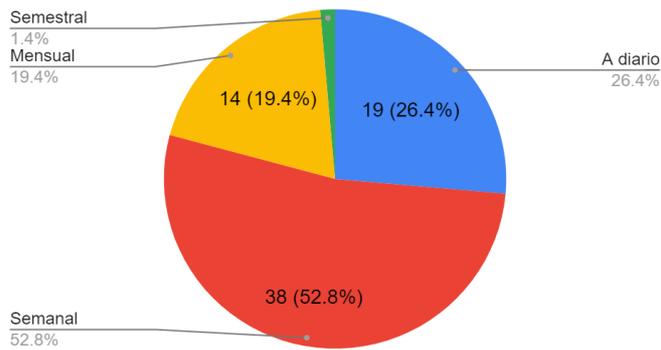


Ilustración 15 – Pregunta: ¿Con qué frecuencia hace uso de esta aplicación? - Fuente: Elaboración propia.

Al indagar si la aplicación de domicilios satisfacía la necesidad del usuario (basado en los criterios de diseño, interfaz y oferta), pudo observarse que un porcentaje mayoritario responde de manera positiva ante esta pregunta (ilustración 16). Pues, el 52,8% afirma que la aplicación resuelve sus necesidades, y un 37,5% manifiesta que la aplicación supera las expectativas de utilidad. Mientras tanto, sólo un 6,8% piensa que hay opciones mejores a las de la aplicación móvil que eligieron, y un 2,7% plantea que la aplicación móvil no resuelve sus necesidades.

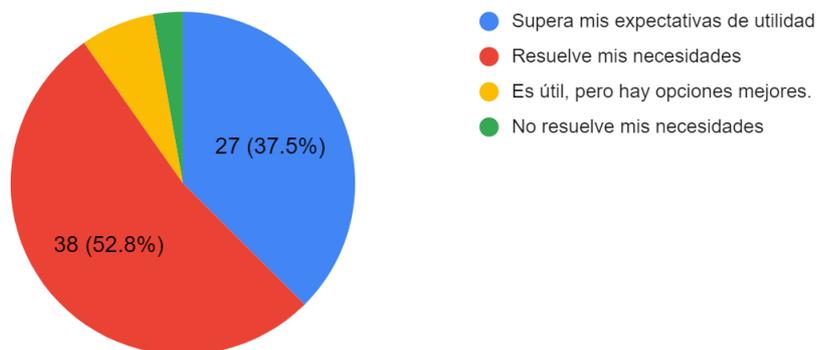


Ilustración 16 – Pregunta: ¿Considera que la app satisface sus necesidades en diseño, adaptabilidad, interfaz y oferta? – Fuente: Elaboración propia.

Dos de los aspectos más importantes para que cualquier consumidor elija una marca, indudablemente son la calidad del producto y la calidad del servicio. Por ello, se les preguntó a los usuarios en un primer lugar sobre cómo evaluaba la calidad de los productos que recibía (basándose en el tiempo de entrega y en la temperatura de los alimentos), a lo que el 48,6%

respondió “alta”, seguido de un 31,9% que afirma recibir estos productos en un nivel de calidad “buena” y un 9,7% de estas personas expresa que la calidad de los productos es “media.” Por otro lado, sólo un 6,9% afirma que la calidad es “muy alta” y un 1,4% opina que la calidad del producto entregado es baja (ilustración 17). En segundo lugar, para investigar sobre la calidad del servicio (basándose en el buen trato, servicio y atención del domiciliario), el 59,7% cree que el servicio es “bueno”, y el 23,6% considera que el servicio es “muy bueno” por la atención y formalidad del domiciliario. Sólo un 13,9% opina que la calidad es “regular”, pues han tenido algunas malas experiencias con los domiciliarios. Y en último lugar, el 2,7% considera que la calidad del servicio es “mala”, pues el personal es grosero (ilustración 18).



Ilustración 17 – Pregunta: ¿Cómo evalúa la calidad de los productos entregados? – Fuente: Elaboración propia.



Ilustración 18 – Pregunta: ¿Cómo evalúa la atención y el servicio de los domiciliarios? – Fuente: Elaboración Propia.

Para analizar el posicionamiento que tiene la aplicación elegida por el usuario, se decide preguntar sobre qué calificación se le daría a dicha app, si pensara en otras similares. Según la ilustración 19, puede observarse que el 41,7% plantea que la app elegida es la mejor opción entre todas y supera a las otras por mucho, el 40,3% manifiesta que la aplicación que eligieron es la mejor hasta ahora, sin embargo, ellos se encuentran abiertos a otras alternativas. Sólo el 13,9% piensa que la app elegida es una buena opción, pero hay mejores. En último lugar, el 4,1% de los interrogados plantea que la app que eligieron es la opción que eligen cuando otras ofertas no están disponibles.

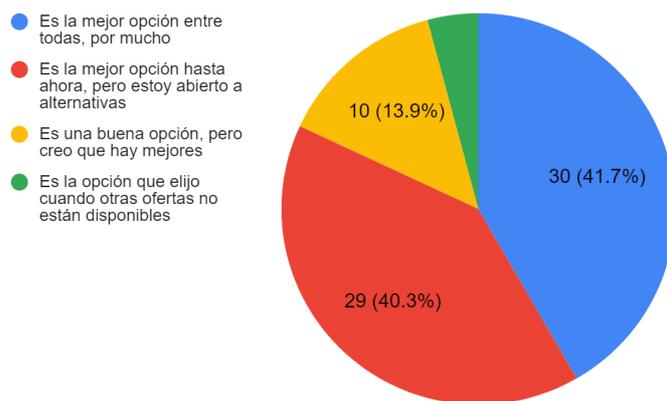


Ilustración 19 – Pregunta: Si piensa en apps o servicios parecidos ¿cuál es su calificación para la aplicación que usted usa? – Fuente: Elaboración propia.

Para finalizar, se preguntó a los usuarios si recomendaría dicha aplicación a sus conocidos y en general qué tan satisfecho se encontraba con su uso. En la ilustración 20 puede verse que el 88,8% de los encuestados opinan positivamente sobre la aplicación, dado que el 65,2% consideran probable o muy probable recomendarla, y el 23,6% ya la recomienda, por lo que sólo un 11,1% considera poco probable recomendar el uso de esta aplicación móvil y ninguna persona votó por la opción “no los recomendaría”, lo que se puede traducir en un resultado muy favorable para dichas aplicaciones, ya que estarían

recibiendo de la mayoría de las personas usarían una ayuda fundamental para su publicidad como lo es el share of voice.

Por último, para la ilustración 21 puede analizarse que el 93% de los usuarios dan opiniones positivas sobre la satisfacción en general con la aplicación, mientras sólo el 7% restante considera que se encuentra “poco satisfecho” con el servicio de la aplicación en general.

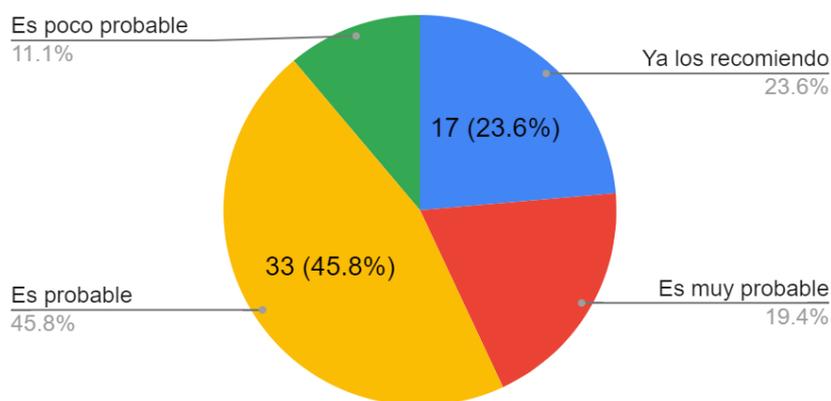


Ilustración 20 – Pregunta: ¿Cuál es la probabilidad de que recomiende la aplicación que usted usa con sus conocidos? – Fuente: Elaboración propia.

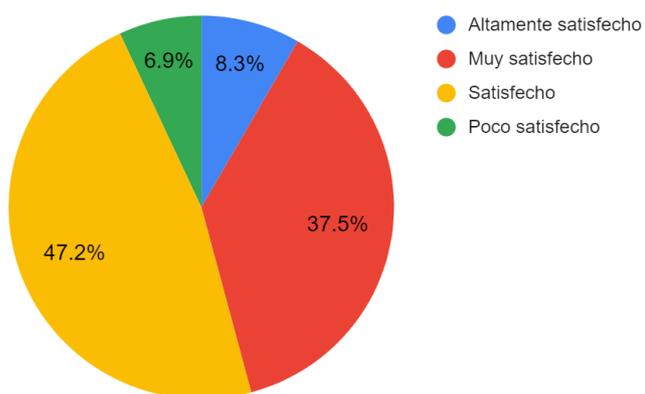


Ilustración 21 – Pregunta: ¿Qué tan satisfecho está con esta aplicación? – Fuente: Elaboración propia.

Clima laboral apps de domicilios

Referente al tema del clima laboral se realizaron 10 preguntas a 42 domiciliarios de la ciudad de Cali. Se indagó especialmente para conocer el nivel de satisfacción que da el colaborador por pertenecer a dicha organización, a lo que el 39,5% de los domiciliarios respondió como “Mala”, seguida de un 37,2% que consideró su satisfacción como “regular”, mientras un 7% dio la calificación de “muy mala”. Por lo que como se puede ver en la ilustración 22, sólo el 16,3% de los domiciliarios tiene una buena satisfacción de ser un colaborador de la empresa para la que trabajan.

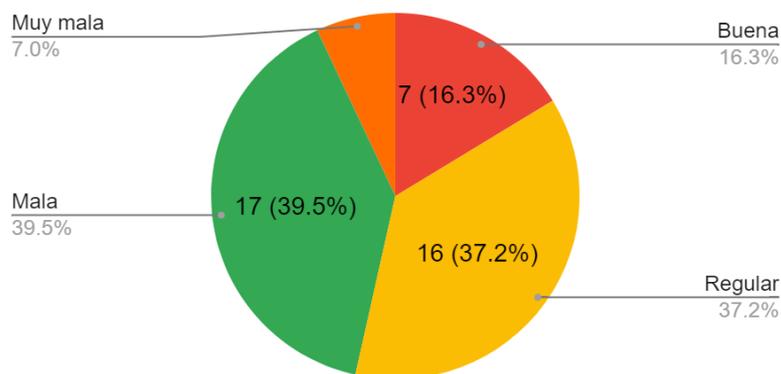


Ilustración 22 -Pregunta: ¿Cómo calificaría su nivel de satisfacción por hacer parte de esta empresa? – Fuente: Elaboración propia-

Lo anterior puede estar contrastado con otra pregunta que se les realizó a los domiciliarios, la cual consistía en exponer si ellos consideraban que la retribución económica por su trabajo era justa. En la ilustración 23, puede analizarse que el 20,9% respondió “casi siempre”, mientras que el 62,8% consideraba que “a veces” la retribución era justa, y para el 16,3% restante esta remuneración “nunca” era justa. Estas respuestas, dan a entender que los domiciliarios se sienten infravalorados de la labor que realizan, y que en su mayoría sólo a veces reciben un pago que consideran justo como criterio personal.

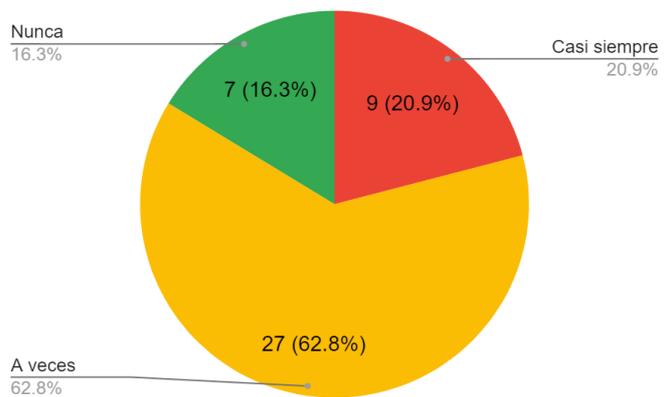


Ilustración 23 – Pregunta: ¿Considera que recibe una justa retribución económica por las labores desempeñadas? – Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

Apps de transporte

Luego que identificar y analizar la percepción de los usuarios de este tipo de plataformas de servicio de transporte frente a variables como su nivel de satisfacción, la calidad del servicio, su frecuencia de uso, su relación con la aplicación etc. Se pudo evidenciar que estas plataformas realmente son altamente valoradas por los usuarios, desde su arribo a esta región se han convertido en producto de uso bastante frecuente, ya que los servicios de transporte vigentes previo al origen de estas compañías eran realmente perversos.

El éxito que han tenido esas aplicaciones de transporte radica en brindar el mejor servicio y experiencia a los usuarios a través de características como la comodidad, las tarifas y por supuesto el servicio ofrecido. Además, se pudo evidenciar que a pesar de la gran oferta que existe de este tipo de aplicaciones hoy en día, las personas valoran mucho más aquellas que brindan gran seguridad a pesar de ofrecer un costo mayor que otras.

Sin embargo, posterior al análisis del clima laboral de los socios conductores se evidenció que no existe una relación directa entre la satisfacción de los usuarios por el servicio de estas aplicaciones y la satisfacción de los socios conductores por pertenecer a estas plataformas, estas personas manifiestan que las compañías pocas veces se preocupan por motivarlos, bien sea a través de beneficios económicos o una correspondiente retroalimentación, y particularmente esto es un aspecto que los conductores piensan que debería mejorar ya que este podría ser un elemento importante para que los socios conductores formen fuertes vínculos con la plataforma, esto debido a que identificamos que la mayoría de los conductores hacen parte de muchas plataformas al mismo tiempo y simplemente ofrecen su servicio dependiendo de la tarifas que estén ofreciendo cada una, es

decir la que mejor este pagando, el cual es el mismo escenario que realiza un usuario común de estas aplicaciones.

Su descontento por parte del monto retribuido por sus labores es evidente tan solo el 19% de la muestra manifestó sentirse satisfecho, el restante realmente no lo está y esto da respuesta al porque los socios conductores pocas veces se sienten valorados y su satisfacción de laborar en estas plataformas es regular.

Apps de domicilios

Luego de analizar los datos obtenidos en la investigación, puede evidenciarse que los usuarios de las apps de domicilios tienen una percepción positiva del servicio que estas brindan, principalmente por la facilidad que le han otorgado a la vida cotidiana, y sobre todo por la gran ayuda que los domiciliarios han brindado a la sociedad en general en esta situación actual de pandemia, al permitir que las personas se queden en sus casas y no tengan que salir a merchar o comprar alimentos. La aplicación de domicilios mejor ranqueada por los usuarios interrogados fue “Rappi”, con más del 50% de los votos totales. Esto puede deberse a que esta aplicación ha diversificado su portafolio de servicios, y ha logrado sacarles una ventaja competitiva a las demás aplicaciones con esto, puesto que no solamente es una app de domicilios, sino que ofrece gran variedad de servicios como para hacer mercado, mensajería o “Rappi-favores”, que es cualquier necesidad que un usuario necesite, como por ejemplo reclamar algún objeto, pedir dinero prestado, etc.

Así mismo, es importante resaltar que el 52,8% de las personas responde empezar a usar estas aplicaciones de domicilio en un periodo de tiempo desde hace 6 meses a 1 año, por lo que puede verse cómo la pandemia ha incrementado notablemente la actividad de los domicilios, y lo han vuelto el canal más importante que tienen los restaurantes, para llegar al consumidor final.

Teniendo en cuenta a la satisfacción del domiciliario con su puesto de trabajo, puede verse una tendencia marcada a estar inconforme tanto como con la ayuda que le brinda la empresa y con el tema monetario, pues el 62,8% manifiesta que sólo “a veces” la retribución que reciben es justa. Así mismo, el 39,5% de los domiciliarios encuestados respondió como “mala”, refiriéndose a la satisfacción personal por pertenecer a la empresa para la que trabaja. Estos dos elementos están relacionados con que la mayoría de las aplicaciones de domicilio, no consideran al domiciliario como un colaborador o trabajador, sino como alguien ajeno a la organización, por lo que no reciben beneficios como un salario fijo, ni prestaciones sociales.

Bibliografía

- Benavides, L. M. G. (2018). Los cinco argumentos que explican el auge del negocio de los domicilios. *La República*. <https://www.larepublica.co/empresas/las-cinco-razones-que-explican-el-auge-del-negocio-de-domicilios-2608774>
- Betancur., M. M. (2017). *Historia de marca: Rappi una empresa que sorprende a diario*. <https://expertosenmarca.com/historia-de-marca-rappi-una-empresa-que-sorprende-a-diario/>
- Casas, C. C. (2020). Cuatro aplicaciones de transporte que podrá utilizar tras la salida de Uber. *Las 2 Orillas*. <https://www.las2orillas.co/cuatro-aplicaciones-de-transporte-que-podra-utilizar-tras-la-salida-de-uber/>
- Chueca, M. (2019). *Uber Eats revoluciona el delivery con sus drones*. <https://www.merca2.es/uber-eats-drones-delivery/>
- EFE. (2018). El crecimiento de Uber Eats en Colombia. *Portafolio*. <https://www.portafolio.co/negocios/uber-eats-espera-cerrar-2018-con-3-500-restaurantes-aliados-518577>
- Nonsoque, J. C. (2018). Rappi asegura que domiciliarios ganan \$3.700 por pedido con nuevo esquema. *La República*. <https://www.larepublica.co/empresas/rappi-asegura-que-domiciliarios-ganan-3700-por-pedido-con-nuevo-esquema-2787016>
- Portafolio. (2019). Llega una app que permitirá a usuarios negociar tarifas con taxistas. *Portafolio*. <https://www.portafolio.co/tendencias/indriner-la-app-que-permitira-a-los-usuarios-poner-la-tarifa-al-servicio-de-transporte-527705>
- Portafolio. (2020). Uber Eats dejará de funcionar en Colombia, conozca las razones. *Portafolio*. <https://www.dinero.com/empresas/articulo/por-que-uber-eats-se-va-de-colombia-el-22-de-noviembre-de-2020/304336>

Anexos

Anexo 1 Cuestionario “nivel de satisfacción”

Plataformas de servicio de domicilio

Genero:

Femenino___

Masculino___

1. ¿Cuál de las siguientes aplicaciones de domicilios es la que más usa usted?

Domicilios.com	UberEats	Rappi	Otra
----------------	----------	-------	------

¿Si respondió otra, cuál? _____

2. ¿Desde hace cuánto utiliza esa aplicación?

Menos de 1 mes	1 a 3 meses	3 a 6 meses	6 meses a 1 año	1 a 3 año	Más de 3 años
----------------	-------------	-------------	-----------------	-----------	---------------

3. ¿Con que frecuencia hace uso de esta aplicación?

A diario	Semanal	Mensual	Trimestral	Semestral	Anual
----------	---------	---------	------------	-----------	-------

Conteste la siguiente pregunta siendo:

(5) Supera mis expectativas de utilidad. (4) Resuelve mis necesidades. (3) Es útil, pero hay opciones mejores. (2) No resuelve mis necesidades. (1) No supera mis expectativas de utilidad

4. ¿Considera que esta aplicación satisface sus necesidades en: *diseño, accesibilidad, interfaz, oferta?*

5	4	3	2	1
---	---	---	---	---

5. ¿Cómo evalúa la calidad de los productos entregados?

Siendo:

(5) Muy alta. Excelentes tiempos y los productos en excelente temperatura. (4) Alta. Buen tiempo y los productos en excelente temperatura. (3) Buena. Un tiempo moderado y los alimentos calientes. (2) Media. El tiempo puede ser mucho menor, por tanto, los productos están a una temperatura aceptable. (1) Baja. Mucho tiempo de espera y alimentos fríos.

5	4	3	2	1
---	---	---	---	---

Conteste la siguiente pregunta siendo:

(5) Muy buena, gran atención y formalidad. (4) Buena, los pedidos siempre en orden y personal educado. (3) Regular, he tenido buenas y malas experiencias. (2) Mala, les falta amabilidad. (1) Muy mala, personal sumamente grosero.

6. ¿Cómo califica la atención y servicio por parte de los domiciliarios?

5	4	3	2	1
---	---	---	---	---

7. Si piensa en aplicaciones o servicios parecidos, ¿cuál es su calificación para la aplicación que usted usa? Marque con una X

Es la mejor opción entre todas, por mucho. _____

Es la mejor opción hasta ahora, pero estoy abierto a alternativas. _____

Es una buena opción, pero creo que hay mejores. _____

Es la opción que elijo cuando otras ofertas no están disponibles. _____

Desconozco las otras aplicaciones. _____

8. ¿Cuál es la probabilidad de que recomiende la aplicación que usted usa con sus conocidos?

Ya los recomiendo	Es muy probable	Es probable	Es poco probable	No los
-------------------	-----------------	-------------	------------------	--------

				recomendaría
--	--	--	--	--------------

9. En general, ¿qué tan satisfecho está con esta aplicación?

Siendo; (5) Altamente satisfecho. (4) Muy satisfecho. (3) Satisfecho. (2) Poco satisfecho. (1) Completamente insatisfecho.

5	4	3	2	1
---	---	---	---	---

Plataformas de servicios de transporte

Genero:

Femenino ___

Masculino ___

1. ¿Cuál de las siguientes aplicaciones de servicio de transporte es la que más usa usted?

Uber	Beat	Cabify	Didi	Otra
------	------	--------	------	------

¿Si respondió otra, cuál? _____

2. ¿Desde hace cuánto utiliza esa aplicación?

Menos de 1 mes	1 a 3 meses	3 a 6 meses	6 meses a 1 año	1 a 3 año	Más de 3 años
----------------	-------------	-------------	-----------------	-----------	---------------

3. ¿Con que frecuencia hace uso de esta aplicación?

A diario	Semanal	Mensual	Trimestral	Semestral	Anual
----------	---------	---------	------------	-----------	-------

Conteste la siguiente pregunta siendo:

(5) Supera mis expectativas de utilidad. (4) Resuelve mis necesidades. (3) Es útil, pero hay opciones mejores. (2) No resuelve mis necesidades. (1) No supera mis expectativas de utilidad

4. ¿Considera que esta aplicación satisface sus necesidades en: *diseño, accesibilidad, interfaz, oferta?*

5	4	3	2	1
---	---	---	---	---

5. ¿Cómo evalúa la calidad del servicio?

Siendo:

(5) Muy alta. Excelentes conductores y calidad de los autos. (4) Alta. Alta. Excelentes conductores y muy seguro. (3) Buena. Autos cómodos, buen servicio. (2) Media. Poca oferta, y el servicio puede mejorar. (1) Conductores poco amables y los vehículos incomodos.

5	4	3	2	1
---	---	---	---	---

Conteste la siguiente pregunta siendo:

(5) Muy buena, gran atención y formalidad. (4) Buena, educados y trayectos en buen tiempo. (3) Regular, he tenido buenas y malas experiencias. (2) Mala, les falta amabilidad. (1) Muy mala, personal sumamente grosero.

6. ¿Cómo califica la atención y servicio por parte de los conductores?

5	4	3	2	1
---	---	---	---	---

7. Si piensa en aplicaciones o servicios parecidos, ¿cuál es su calificación para la aplicación que usted usa? Marque con una X

Es la mejor opción entre todas, por mucho. ____

Es la mejor opción hasta ahora, pero estoy abierto a alternativas. ____

Es una buena opción, pero creo que hay mejores. ____

Es la opción que elijo cuando otras ofertas no están disponibles. ____

Desconozco las otras aplicaciones. ____

8. ¿Cuál es la probabilidad de que recomiende la aplicación que usted usa con sus conocidos?

Ya los recomiendo	Es muy probable	Es probable	Es poco probable	No los recomendaría
----------------------	--------------------	-------------	---------------------	------------------------

9. En general, ¿qué tan satisfecho está con esta aplicación?

Siendo; (5) Altamente satisfecho. (4) Muy satisfecho. (3) Satisfecho. (2) Poco satisfecho. (1)

Completamente insatisfecho.

5	4	3	2	1
---	---	---	---	---

Anexo 2 Cuestionario “clima laboral”

1. ¿La organización se preocupa por mantener elevado el nivel de motivación personal?

Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
---------	--------------	---------	-------

2. La relación entre compañeros de trabajo en la organización es:

Muy buena	Buena	Regular	Mala	Muy mala
-----------	-------	---------	------	----------

3. ¿La organización cuenta con planes y acciones específicos destinados a mejorar mi trabajo?

Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
---------	--------------	---------	-------

4. La organización otorga buenos beneficios a lo trabajadores

Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
---------	--------------	---------	-------

5. ¿Siento apoyo por parte de la organización cuando tengo dificultades?

Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
---------	--------------	---------	-------

6. ¿La organización me proporciona información suficiente, adecuada para para realizar bien mi trabajo?

Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
---------	--------------	---------	-------

7. ¿La organización me brinda la retroalimentación necesaria para reforzar mis puntos débiles?

Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
---------	--------------	---------	-------

8. ¿La organización reconoce y valora mi trabajo?

Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
---------	--------------	---------	-------

9. ¿Como calificaría su nivel de satisfacción por pertenecer a esta organización?

Muy buena	Buena	Regular	Mala	Muy mala
-----------	-------	---------	------	----------

10. ¿Considera que recibe una justa retribución económica por las labores desempeñadas?

Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
---------	--------------	---------	-------

Anexo 3 - Ficha técnica “sondeo nivel de satisfacción apps de transporte”

Tabla 2

Fiche técnica sondeo nivel de satisfacción apps de transporte

<u>Tipo de estudio</u>	Sondeo.
<u>Contratante</u>	Proyecto de grado Universidad ICESI.
<u>Ejecutor</u>	Juan Camilo Rosas Acosta, Gustavo Adolfo Sánchez Libreros estudiantes de Mercadeo Internacional y Publicidad.
<u>Método de recolección de datos</u>	Sondeo en línea (enlace de Google Forms).
<u>Fecha de recolección</u>	09 de octubre al 29 de octubre de 2020
<u>Población objetivo</u>	Hombres y mujeres que vivan en la ciudad de Cali, de cualquier edad que sean usuarios de aplicaciones de servicio de transporte y sean de estratos 1-6
<u>Marco muestral</u>	Personas residentes en Cali aleatorias.
<u>Variables de desagregación del análisis</u>	Género, usuario de plataformas de servicio de transporte.
<u>Tamaño de la muestra</u>	74 encuestados.
<u>Tema</u>	Nivel de satisfacción aplicaciones de transporte de servicio público.
<u>Área de cubrimiento</u>	Cali.

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 4 - Ficha técnica “sondeo nivel de satisfacción apps de domicilios”

Tabla 3

Fiche técnica sondeo nivel de satisfacción apps de domicilios

<u>Tipo de estudio</u>	Sondeo.
<u>Contratante</u>	Proyecto de grado Universidad ICESI.
<u>Ejecutor</u>	Juan Camilo Rosas Acosta, Gustavo Adolfo Sánchez Libreros estudiantes de Mercadeo Internacional y Publicidad.
<u>Método de recolección de datos</u>	Sondeo en línea (enlace de Google Forms).
<u>Fecha de recolección</u>	09 de octubre al 29 de octubre de 2020
<u>Población objetivo</u>	Hombres y mujeres que vivan en la ciudad de Cali, de cualquier edad que sean usuarios de aplicaciones de domicilios y sean de estratos 1-6
<u>Marco muestral</u>	Personas residentes en Cali aleatorias.
<u>Variables de desagregación del análisis</u>	Género, usuario de plataformas de domicilios.
<u>Tamaño de la muestra</u>	72 encuestados.
<u>Tema</u>	Nivel de satisfacción aplicaciones de domicilios.
<u>Área de cubrimiento</u>	Cali.

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 5 - Ficha técnica “sondeo clima laboral apps de transporte”

Tabla 4

Fiche técnica sondeo clima laboral apps de transporte

<u>Tipo de estudio</u>	Sondeo.
<u>Contratante</u>	Proyecto de grado Universidad ICESI.
<u>Ejecutor</u>	Juan Camilo Rosas Acosta, Gustavo Adolfo Sánchez Libreros estudiantes de Mercadeo Internacional y Publicidad.
<u>Método de recolección de datos</u>	Sondeo en línea (enlace de Google Forms).
<u>Fecha de recolección</u>	09 de octubre al 29 de octubre de 2020
<u>Población objetivo</u>	Hombres y mujeres que sean socios conductores de una aplicación de transporte de servicio público en la ciudad de Cali, mayor de 16 años y sean de estratos 1-6
<u>Marco muestral</u>	Socios conductores en Cali aleatorios.
<u>Variables de desagregación del análisis</u>	Socio conductor de cualquier aplicación de transporte.
<u>Tamaño de la muestra</u>	42 encuestados.
<u>Tema</u>	Clima laboral conductores de aplicaciones de transporte de servicio público
<u>Área de cubrimiento</u>	Cali.

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 6 - Ficha técnica “sondeo clima laboral apps de domicilio”

Tabla 5

Fiche técnica sondeo clima laboral apps de domicilios

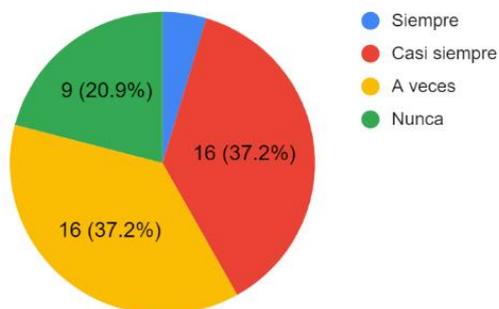
<u>Tipo de estudio</u>	Sondeo.
<u>Contratante</u>	Proyecto de grado Universidad ICESI.
<u>Ejecutor</u>	Juan Camilo Rosas Acosta, Gustavo Adolfo Sánchez Libreros estudiantes de Mercadeo Internacional y Publicidad.
<u>Método de recolección de datos</u>	Sondeo en línea (enlace de Google Forms).
<u>Fecha de recolección</u>	09 de octubre al 29 de octubre de 2020
<u>Población objetivo</u>	Hombres y mujeres que sean domiciliarios de una aplicación de domicilios en la ciudad de Cali, mayor de 18 años y sean de estratos 1-6
<u>Marco muestral</u>	Domiciliarios en Cali aleatorios.
<u>Variables de desagregación del análisis</u>	Domiciliario de cualquier aplicación de domicilios.
<u>Tamaño de la muestra</u>	43 encuestados.
<u>Tema</u>	Clima laboral domiciliarios de aplicaciones de domicilios.
<u>Área de cubrimiento</u>	Cali.

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 7 - RESPUESTAS SONDEO

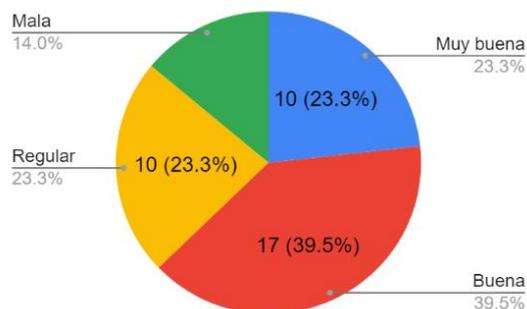
Clima laboral Apps de domicilio

Ilustración 24



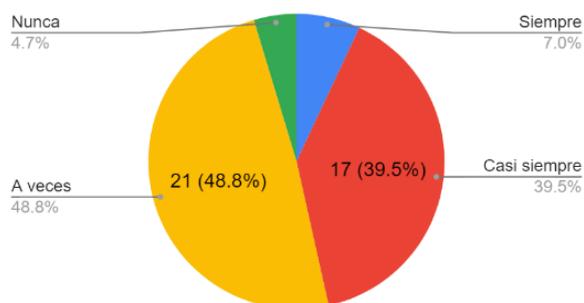
Pregunta: ¿La organización se preocupa por mantener elevado el nivel de motivación personal? - Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 25



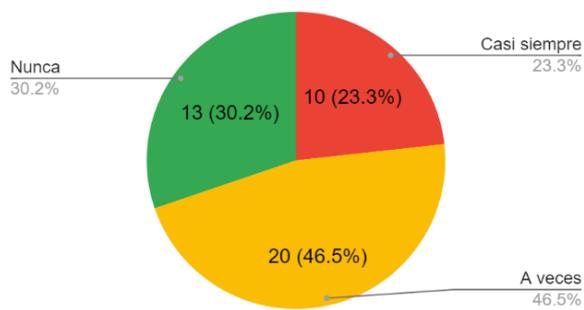
Pregunta: ¿La relación entre compañeros de trabajo en la organización es? – Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 26



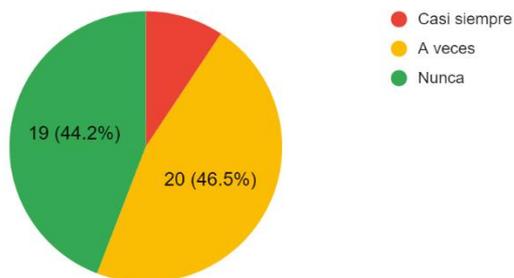
Pregunta: ¿La organización cuenta con planes y acciones específicos destinados a mejorar mi trabajo? - Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 27.



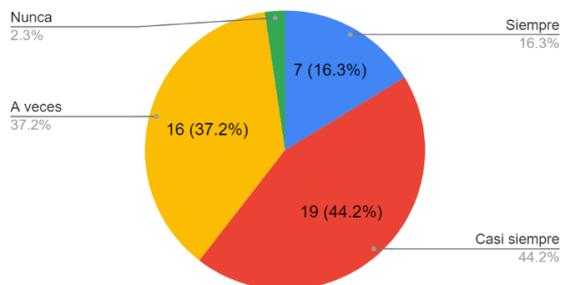
Pregunta: ¿La organización otorga buenos beneficios a los trabajadores? – Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 28



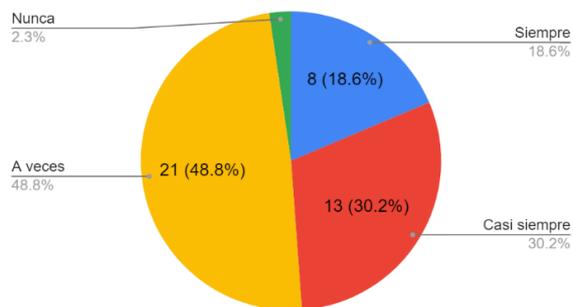
Pregunta: ¿Siento apoyo por parte de la organización cuando tengo dificultades? – Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 29



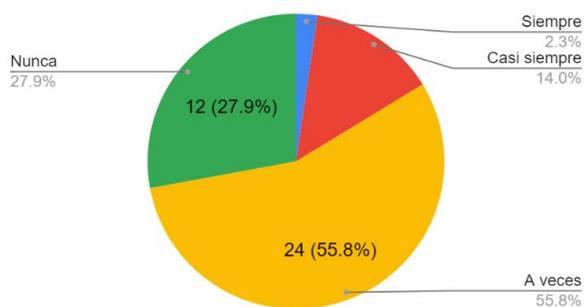
Pregunta: ¿La organización me proporciona información suficiente, adecuada para para realizar bien mi trabajo? – Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 30



Pregunta: ¿La organización me brinda la retroalimentación necesaria para reforzar mis puntos débiles? – Fuente: Elaboración propia.

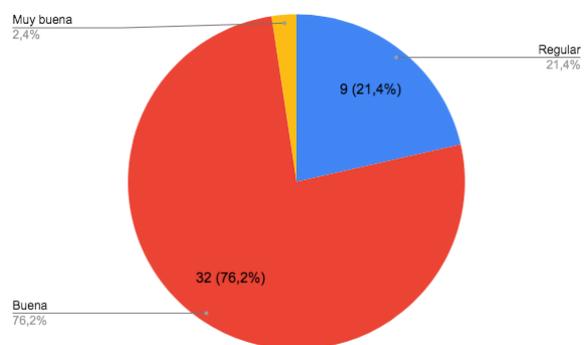
Ilustración 31



Pregunta: ¿La organización reconoce y valora mi trabajo? – Fuente: Elaboración propia.

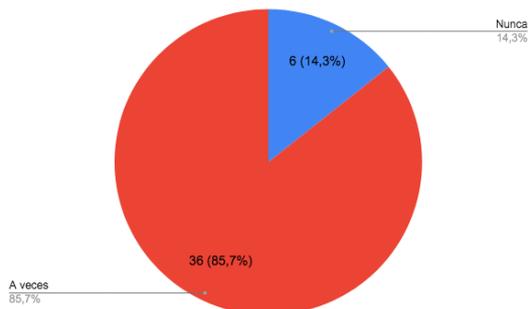
Clima laboral Apps de transporte

Ilustración 32

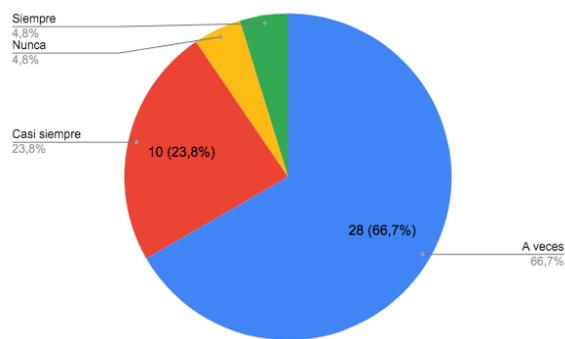


Pregunta: ¿La relación entre compañeros de trabajo en la organización es? - Fuente: Elaboración propia

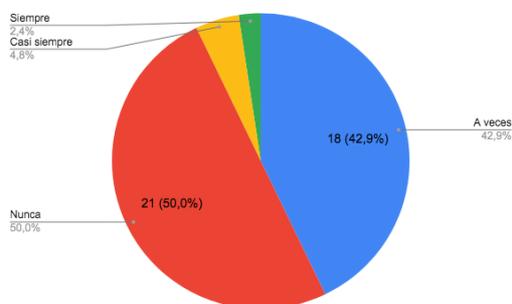
Ilustración 33



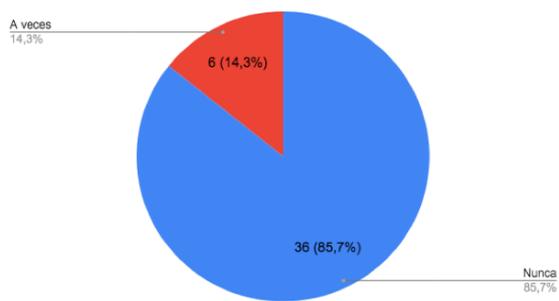
Pregunta: ¿La organización otorga buenos beneficios a los trabajadores? – Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 34

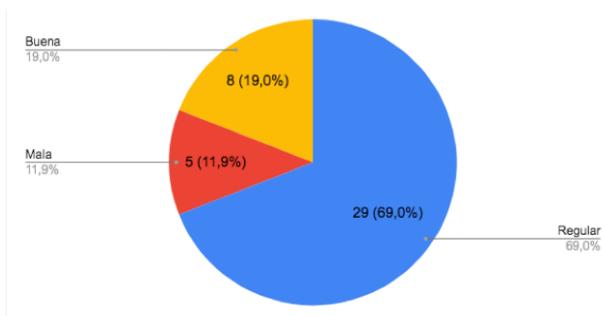
Pregunta: ¿Siento apoyo por parte de la organización cuando tengo dificultades? – Fuente: Elaboración propia

Ilustración 35

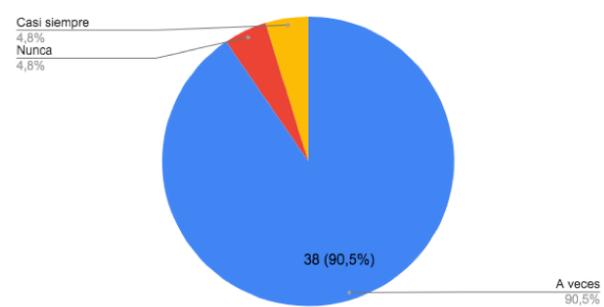
Pregunta: ¿La organización me brinda la retroalimentación necesaria para reforzar mis puntos débiles? – Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 36

Pregunta: ¿La organización reconoce y valora mi trabajo? – Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 37

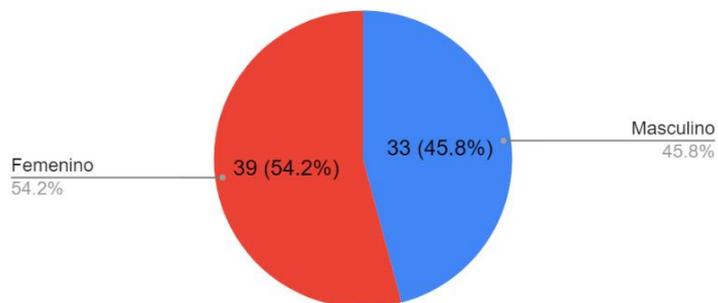
Pregunta: ¿Como calificaría su nivel de satisfacción por pertenecer a esta organización? – Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 38

Pregunta: ¿Considera que recibe una justa retribución económica por las labores desempeñadas? – Fuente: Elaboración propia.

Nivel de satisfacción Apps de domicilios

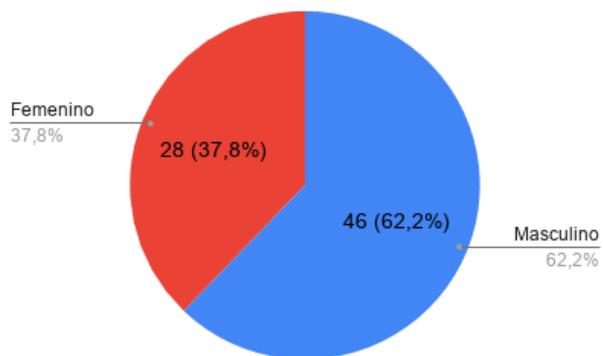
Ilustración 39



Pregunta: Género – Fuente: Elaboración propia

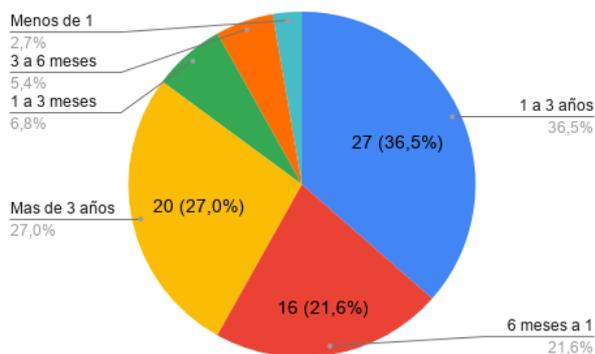
Nivel de satisfacción Apps de transporte

Ilustración 40



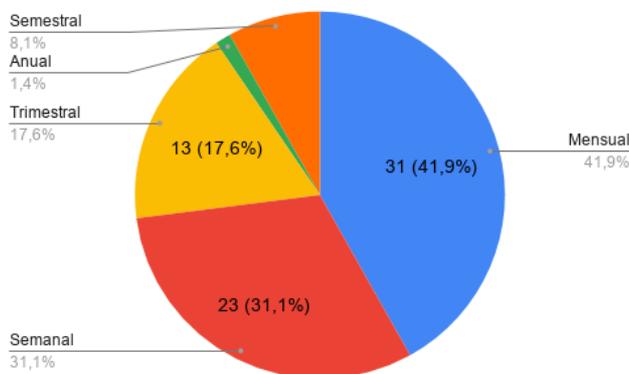
Pregunta: Género – Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 41



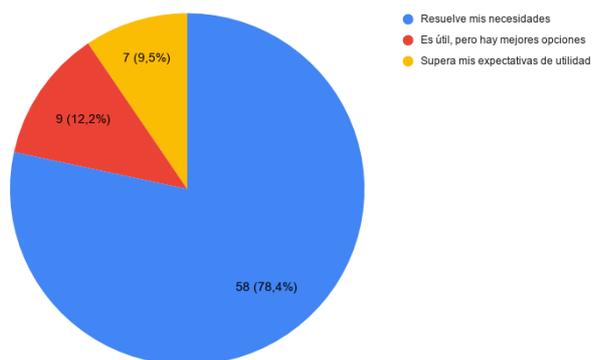
Pregunta: ¿Desde hace cuánto utiliza esa aplicación? – Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 42



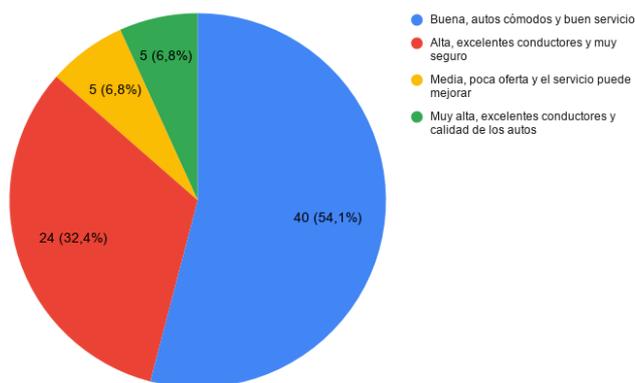
Pregunta: ¿Con que frecuencia hace uso de esta aplicación? – Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 43



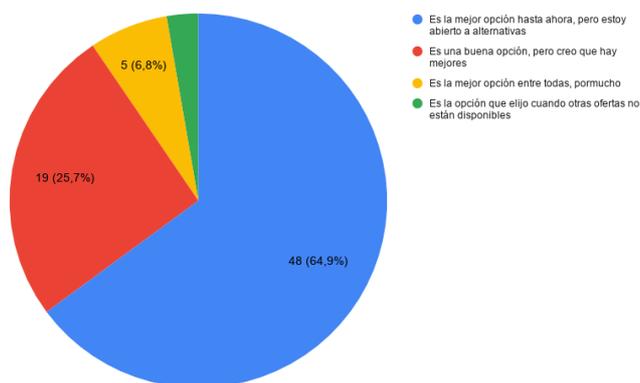
Pregunta: ¿Considera que esta aplicación satisface sus necesidades en: diseño, accesibilidad, interfaz, oferta? – Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 44



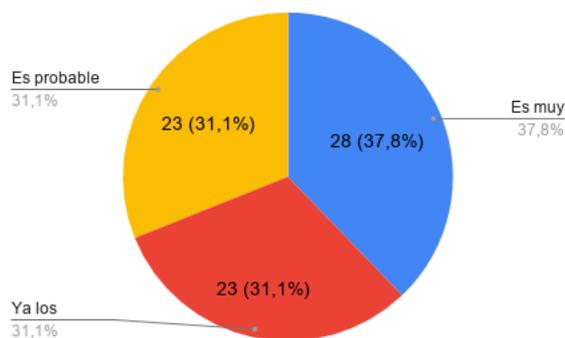
Pregunta: ¿Cómo evalúa la calidad de los productos entregados? - Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 45



Pregunta: Si piensa en aplicaciones o servicios parecidos, ¿cuál es su calificación para la aplicación que usted usa? – Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 46



Pregunta: ¿Cuál es la probabilidad de que recomiende la aplicación que usted usa con sus conocidos? – Fuente: Elaboración propia.

