

Necesidades en la contratación de servicio doméstico

Innovación en proceso

Ana Mireya Cuadros Rojas
Maestría en administración de empresas
Facultad de ciencias económicas, administrativas y
contables
acuadros366@unab.edu.co

Lizeth Nathalia Esparza Luna
Maestría en administración de empresas
Facultad de ciencias económicas, administrativas y
contables
lesparza@unab.edu.co

RESUMEN

El servicio doméstico en Colombia sigue siendo un sector productivo en el cual se evidencia la informalidad frente a la contratación de los trabajadores, en su gran mayoría mujeres y de condiciones socioeconómicas vulnerables, el presente trabajo tiene como objetivo identificar el comportamiento de la contratación y prestación del servicio doméstico en la ciudad de Bucaramanga, dando a conocer las diferentes razones o justificaciones en la informalidad de la prestación del servicio doméstico y de esta manera poder establecer el diseño de un modelo de negocios mediado por TIC para la gestión personalizada de servicios domésticos en Bucaramanga. Para tal fin, en primera medida se planteó la realización de una encuesta a usuarios de servicios domésticos y entrevistas a trabajadores del sector doméstico, para obtener información estratégica para el diseño del modelo de negocio. Seguido de un estudio de casos de empresas de prestación de servicios domésticos, determinando las características y aspectos claves para el desarrollo de la propuesta de negocio. El análisis de los resultados, permite concluir que la informalidad en la prestación del servicio doméstico, en muchos casos es la falta de iniciativa al cumplimiento de los requisitos legales que pueden ser de conocimiento o no de las partes, contratantes y prestadores del servicio, lo cual no permite que a los trabajadores se les garantice la afiliación al sistema de seguridad social y recibir las prestaciones sociales a las cuales tiene derecho, así como el riesgo legal que asumen los contratantes en responsabilidades contractuales, jurídicas y laborales al adquirir el servicio doméstico.

Palabras Clave: Palabras clave: servicios domésticos, inserción laboral, Tecnologías de la Información y Comunicación TIC, contratación personalizada.

ABSTRACT

Domestic service in Colombia continues to be a productive sector in which informality is evident in the hiring of workers, mostly women and from vulnerable socioeconomic conditions. This paper aims to identify the behavior of the hiring and provision of domestic service in the city of Bucaramanga, revealing the different reasons or justifications in the informality

of the provision of domestic service and thus to establish the design of a business model mediated by ICT for the personalized management of domestic services in Bucaramanga. To this end, the first step was to conduct a survey of domestic service users and interviews with workers in the domestic sector to obtain strategic information for the design of the business model. This was followed by a case study of companies providing domestic services, determining the characteristics and key aspects for the development of the business proposal. The analysis of the results allows concluding that the informality in the provision of domestic services, in many cases is the lack of initiative to comply with the legal requirements that may or may not be known by the parties, contractors and service providers, which does not allow workers to be guaranteed affiliation to the social security system and receive the social benefits to which they are entitled, as well as the legal risk assumed by the contractors in contractual, legal and labor responsibilities when acquiring the domestic service.

Keywords: domestic services, labor insertion, Information and Communication Technologies ICT, customized contracting.

Categoría de participación

Innovación en proceso

1. INTRODUCCIÓN

Según el reporte del DANE 2021, la informalidad laboral en Bucaramanga y su área metropolitana es del 54,5%, esto quiere decir que más de la mitad de población laboral se encuentra en condiciones de informalidad, (no cuentan con prestaciones sociales, ni tributan para el Estado). Realidad que es aún más crítica en las actividades de prestación de servicios domésticos para hogares y empresa, donde prevalecen los acuerdos laborales a palabra y sin garantías de seguridad social. Sumado a lo anterior, es de común conocimiento en el sector de servicios domésticos, las continuas quejas, insatisfacción y dificultades para contratar personal idóneo para la realización de tareas específicas y necesidades domesticas en los hogares y empresas. Según Jairo Núñez (2002), el trabajo informal no está cubierto por la seguridad social y no es remunerado bajo las leyes del salario mínimo legal vigente, por lo cual actividades como el

servicio doméstico, carecen de condiciones que cumplan con un empleo digno y acaten la normatividad. Sin embargo, la Ley 1788 de 2016, el Decreto 2616 de 2013 y el Decreto 721 de 2013 del Ministerio de Trabajo, establecen que todos los trabajadores del servicio doméstico deben estar afiliados a la seguridad social y se les debe garantizar el pago de prestaciones sociales; no obstante, este tema se ha convertido en una barrera para la contratación del personal a causa de los costos ocasionados y la responsabilidad por parte del empleador al no cumplir con la legislación vigente.

En algunos casos el desconocimiento de la legislación, la forma de contratación, el proceso administrativo de afiliación al personal doméstico, la liquidación de prestaciones sociales y demás obligaciones y responsabilidades relacionadas al tema por parte del empleador, convierten al servicio doméstico en un sector vulnerable al cumplimiento de los beneficios que por normatividad han venido adquiriendo los trabajadores, escenario que refleja al 80% de los trabajadores de este gremio en la informalidad (Barrero, Ospina y Sánchez, 2020).

Por otro lado, cada día es más complejo establecer una relación laboral con el personal de servicio doméstico, ya que en la mayoría de los hogares es una actividad que se realiza sin la supervisión de los dueños del hogar o una persona que esté pendiente de sus labores, lo cual puede ocasionar el hurto de objetos o dinero, daño a bienes o propiedad y hasta el maltrato a menores o personas en condición de indefensión. Esto es consecuencia, en gran parte a que estos servicios son adquiridos por recomendación de “voz a voz” entre conocidos, familiares o amigos, o generando oportunidades de empleo a personas sin la verificación previa de su experiencia que permita evidenciar la calidad de sus servicios.

En ese sentido, para erradicar dicha problemática, es pertinente la economía colaborativa como un concepto emergente en el ámbito de la empresa y la economía en los últimos años, que plantea la aparición de nuevas oportunidades de negocio y de generación de ideas basadas en las tecnologías de la comunicación, Sánchez (2016). Por otra parte, el uso de los medios digitales como herramienta transversal de esta economía, permitiría un proceso de selección de personal acorde con la actividad que se va a desarrollar y con base en valores éticos, morales y competencias propias del servicio, así como las condiciones físicas o perfiles de este tipo de personal. De esta manera, se establece un escenario para la revalorización de las demandas laborales por incumplimiento en pago de salarios, prestaciones sociales y demás obligaciones contractuales, circunstancias que actualmente convierten el servicio doméstico en una “carga” administrativa, prestacional, financiera y legal para los dueños del hogar.

En ese orden de ideas, surge la necesidad de determinar un estudio de mercado para establecer un modelo de negocio para la contratación de servicio doméstico personalizado, bajo condiciones legales vigentes, que contribuyan a un bienestar social de los colaboradores y ofreciendo a los clientes la facilidad de adquisición de los servicios domésticos

personalizados ya sean a corto o largo plazo, y de acuerdo con las necesidades que el cliente mismo seleccione y requiera. Lo anterior, se constituye como un factor diferenciador de la empresa, con mayor accesibilidad al mercado actual y a las necesidades de los clientes potenciales, con la tranquilidad del cumplimiento legal vigente en la liquidación de seguridad y prestaciones sociales de sus empleados, asegurando de forma eficaz relaciones más estrechas con sus clientes, a través de comercio electrónico de forma fácil, ágil y confiable cuya principal herramienta son las TIC, representadas en aplicaciones móviles y sitios web.

Las aplicaciones web y móviles, son una herramienta estratégica para conocer los horarios, el perfil del personal que prestaría los servicios, los costos, beneficios, evaluación, respaldo administrativo y legal, ante la adquisición de los servicios domésticos en la ciudad de Bucaramanga. En ese contexto las APP:

“...son una forma poderosa para que las marcas creen relaciones más profundas con sus clientes, especialmente las aplicaciones que aprovechan el marketing de aplicaciones móviles. El marketing de aplicaciones móviles es un medio publicitario que puede complementar la experiencia fuera de línea de una marca (ofertas especiales en la tienda, por ejemplo), impulsar el comercio electrónico o simplemente ayudar a conectar una marca con sus clientes leales. Junto con los sitios web móviles, las aplicaciones móviles se han vuelto importantes tanto para los consumidores como para los especialistas en marketing.” (Tiongson, 2015) .

Frente a la problemática anterior, se busca definir las características y preferencias en la prestación de servicios por medio de encuestas a usuarios de servicios y clientes potenciales, y entrevistas a trabajadores del sector doméstico, lo cual permite plantear una solución sustentado en el diseño de un modelo de negocio mediado por TIC para la inserción laboral, selección y contratación personalizada del servicio doméstico en la ciudad de Bucaramanga, contribuyendo a la formalización del empleo y garantizando el beneficio tanto para el empleador como el prestador del servicio, dado que, en la medida que se formalice este tipo de trabajo, se da a conocer los derechos y las obligaciones recíprocas, generando así una relación laboral con una base sólida, que busca brindar oportunidades laborales para este segmento, mediante un servicio confiable, seguro y de fácil acceso para los usuarios contratantes.

En el presente artículo encontrará en la sección 2 la metodología de la investigación para determinar las características y necesidades de la contratación del servicio doméstico; seguido de ello se describirán los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los consumidores y las entrevistas proporcionadas por las trabajadoras del servicio doméstico en la sección 3 y por último en la sección 4 estableceremos las conclusiones.

2. METODOLOGÍA

Para estimar las características de la informalidad en el sector doméstico se establece por medio de una investigación de tipo descriptiva, cualitativa, correlacional. Es descriptiva porque “se soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental” (Bernal, 2010), lo cual es indispensable para caracterizar las necesidades de la población y las oportunidades laborales del sector doméstico en Bucaramanga.

En ese sentido, se basa en un estudio descriptivo, en donde se logró caracterizar las necesidades de la población (empleados y empleadores del sector doméstico), de este modo definir la alternativa de inserción laboral mediante las TIC, dando cumplimiento a todos los requerimientos laborales y sociales de la población.

Para el estudio se utilizó dos instrumentos, encuesta y entrevista, como mecanismos de recolección de datos, componentes fundamentales para poder desarrollar el estudio de factibilidad. En ese contexto, la encuesta “es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica” (Hernández, García, López y Rodríguez, 2014).

Con las anteriores herramientas se desarrolló un análisis estadístico, con lo cual se determinaron los patrones, características y preferencias de la oferta y la demanda de servicios domésticos personalizados mediante la utilización de TIC. En ese sentido, la información recopilada generó las bases para diseñar un modelo de negocio, con el fin de establecer las posibilidades reales que tendrá el bien o servicio para competir en un mercado determinado (Contreras 1999, pág. 38).

De esta forma, se contó con información importante de futuros clientes, permitiendo descubrir cuáles son las necesidades del consumidor, los costos y el precio del servicio que se va a brindar, definiendo la forma y el medio para comercializar el servicio de manera digital. De igual modo, se utilizó un enfoque híbrido; ya que se realizó un proceso sistemático y crítico de la información, acompañado de un análisis de datos cualitativos, es decir, se estableció un análisis detallado de cada uno de los estudios técnicos necesarios, para fundamentar la idea de negocio. Así mismo, se complementó el proceso con información verificada de otros autores, desarrollando una investigación de manera íntegra y sustentable.

2. RESULTADOS

De la encuesta realizada a la población objeto se obtuvieron 101 respuestas efectivas de las cuales el 84,2% de los encuestados, manifiesta contratar o haber contratado servicios domésticos para su hogar, mientras que el 15,8% restante no ha contratado dichos servicios. Por lo anterior se lograron los siguientes resultados:

Frente a las opciones de servicios domésticos como lo es aseo plancha y cocina, se evidencia que la mayoría de los encuestados adquieren los servicios de contratación en una frecuencia entre 1 y 7 veces al mes, y una duración de medio tiempo.

Dentro de los principales factores para contratar personal de servicio domésticos en las viviendas, el 76,5% de los encuestados manifiesta tener presente las referencias personales de empleado (a), el 74,1% la honestidad del empleado, el 56,5% la calidad del servicio, el 43,5% el precio del servicio, otro 43,5% la eficiencia del servicio del empleado (a). Dado lo anterior, una nueva oferta de servicios domésticos debe orientar su esfuerzo en seleccionar el recurso humano y capacitar constantemente a los empleados, y de esta forma, brindar un servicio que cumpla con las expectativas de los clientes.

Dado los resultados, se puede afirmar, que independiente del tipo servicio demandado, la gran mayoría de los encuestados, NO realizan afiliación de seguridad social al trabajador (a). En ese orden de ideas, el 50,6% manifiesta que esta situación se debe, al interés del trabajador de no perder los beneficios del régimen subsidiado SISBEN. Otro motivo que expresaron los encuestados, es que el valor que se cancela de forma diaria, incluye la seguridad social. Antes estas circunstancias, una nueva oferta de servicios doméstico, debe tener la capacidad de plantear una solución, que logre satisfacer las partes involucradas, cliente, trabajador y empresa.

Así mismo, la figura 1 evidencia que el 94,4% de las personas que contratan servicios de aseo, NO realizan afiliación de seguridad social al trabajador (a).

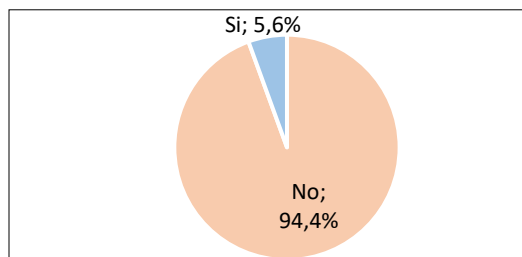


Figura 1. Afiliación a seguridad social
Base de respuesta: 36 encuestados

Igualmente, de las 85 personas encuestadas que contratan servicio doméstico, 77 de ellas no afilian a seguridad social a sus trabajadores entre los cuales manifestaron los siguientes motivos para su no afiliación:

El 50,6% manifiesta que el motivo de dicha decisión se debe por el interés del trabajador de no perder los beneficios del régimen subsidiado SISBEN, Ver Figura 2. Otro motivo que expresaron los encuestados, es que el valor que se cancela de forma diaria incluye la seguridad social.

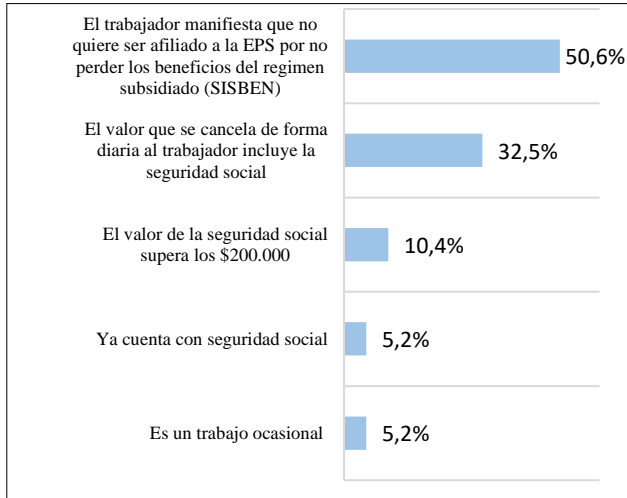


Figura 2. Motivos para NO afiliación a seguridad social de trabajador (a) de servicios domésticos
Base de respuesta: 77 encuestados

En la figura 3 podemos evidenciar que la mayoría de los encuestados que han contratado servicios domésticos, tienen conocimiento de la normatividad aplicable a la contratación de empleados de servicio doméstico, por lo cual no se vuelve una razón para no realizar las afiliaciones a seguridad social y/o pago de prestaciones sociales.

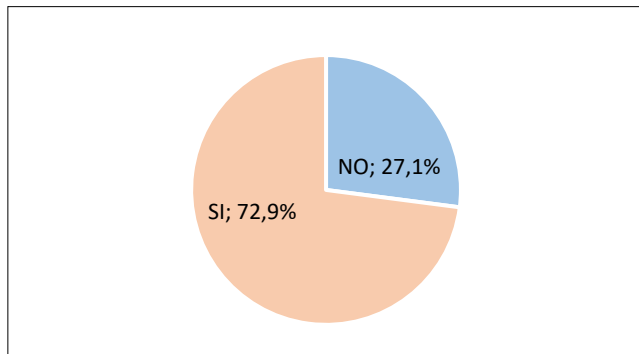


Figura 3. Conocimiento de normatividad aplicable a la contratación de servicios domésticos
Base de respuesta: 85 encuestados

De la misma manera se realizó entrevistas a personal que presta servicios domésticos, generando los siguientes resultados:

La gran mayoría de la contratación de prestación de servicios domésticos es mediante un contrato verbal sin pago de seguridad social, esta situación se debe a la decisión de las empleadas de no perder los beneficios del SISBEN, sin embargo, ante la propuesta de un contrato laboral legal por parte de una empresa, la mayoría estaría dispuesta a trabajar bajo esta modalidad, por la seguridad laboral y el pago de prestaciones sociales conforme a la ley.

Las dificultades y problemáticas en la prestación de servicios domésticos en hogares, se centra en la terminación del contrato, el no respeto al horario laboral, y el no pago de las prestaciones sociales. Frente esta situación, un modelo de negocio legal enfocado en servicios domésticos, tiene la capacidad de llegar a cambiar esta realidad, y brindar una mejor calidad de vida a las empleadas domésticas.

Razones para no aceptar la afiliación a seguridad social

El 50% de las empleadas manifiesta que el motivo para la no afiliación de seguridad social en la prestación de servicios domésticos se debe por decisión propia, para no perder los beneficios del SISBEN, el 33,3% expresa que el empleado no ha preguntado si quiere o no afiliarla a seguridad social, y el 27,8% afirma que el empleador asumo que no se debe pagar seguridad social por el servicio prestado. Ver Tabla 1.

Tabla 1. Motivos para no afiliación a seguridad social en la prestación de servicios domésticos

Razones para no afiliarse a Seguridad Social (Salud, pensión y riesgos laborales)	Frec	%
Al recibir el pago le doy preferencia para pagar otras necesidades que mi seguridad social	1	5,6%
Siempre me afilian a seguridad social	2	11,1%
El empleador incluye el valor de seguridad social en el pago del servicio prestado	2	11,1%
El empleador asume que no se debe pagar seguridad social por el servicio prestado	5	27,8%
El empleador no me ha preguntado si quiero afiliarme o no	6	33,3%
Por decisión propia para no perder los beneficios del SISBEN	9	50,0%
Base de respuesta	18	

Se indago sobre el pago de prestaciones sociales (prima, vacaciones y cesantías), como se muestra en la tabla 2 y el 33,3% de las entrevistadas, manifiesta que algunos de sus empleadores, si cancelan prestaciones sociales y otros no, el 38,9% afirma que pagan el día y en dicho monto va incluido las prestaciones sociales, y el 27,8% expresa que pagan la prima de junio y diciembre, pero no cesantías y vacaciones.

Tabla 2. Pago de prestaciones social en la contratación de servicios domésticos

Pago de prestaciones sociales (Prima, vacaciones y cesantías)	Frec.	%
Algunos de mis empleadores si me pagan las prestaciones, otros no	6	33,3 %
Me pagan el día y me dicen que va incluido las prestaciones sociales	7	38,9 %
Me pagan la prima en junio y diciembre, pero no cesantías y vacaciones	5	27,8 %
Todos mis empleadores me pagan prestaciones sociales	2	11,1 %
Base de respuestas	18	

Los motivos para el no pago de las prestaciones sociales son: el empleador incluye el valor de las prestaciones sociales en el pago del servicio prestado, así mismo el empleado asume que no se debe pagar prestaciones sociales por el servicio.

Tabla 3. Motivos para el no pago de prestaciones sociales en el servicio domestico

Razones para el no pago de las prestaciones sociales	Frec.	%
El empleador incluye el valor de prestaciones sociales en el pago del servicio prestado	6	33,3%
El empleador asume que no se debe pagar prestaciones sociales por el servicio prestado	4	22,2%
Mis empleadores me pagan las prestaciones sociales	4	22,2%
Algunos me pagan y otros no	1	5,6%
El pago lo realizo por mi cuenta	1	5,6%
No se me ha dado la oportunidad	1	5,6%
Si me pagan prestaciones sociales	1	5,6%
Total respuestas	18	100,0 %

Para conocer la percepción en las dificultades o problemáticas en la prestación de servicios domésticos en hogares, las entrevistadas realizadas al personal, se establecieron

principalmente terminación del contrato, no respeto de los horarios establecidos, y el no pago de las prestaciones sociales como se muestra en la tabla 4.

Tabla 4. Dificultades en la prestación del servicio domestico

Dificultades/problemáticas en la prestación de servicio en hogares	Frec.	%
Terminación de contrato	3	16,7%
No respeten el horario establecido	2	11,1%
No pago de prestaciones sociales	2	11,1%
Acoso sexual	1	5,6%
Maltrato laboral	1	5,6%
Sobre carga laboral (cuidado de niños, ir a comprar a la tienda)	1	5,6%
Mala remuneración por mucho trabajo	1	5,6%
Por problemas de salud	1	5,6%
Porque hay una oferta mejor de trabajo	1	5,6%
Voluntad propia	1	5,6%
Desagrado con el servicio prestado	1	5,6%
Acoso laboral	1	5,6%
No he tenido problemas ni dificultades	5	27,8%
Base de respuestas	18	

Por último, para conocer la percepción de los usuarios o contratantes de servicio doméstico ante una propuesta de oferta mediante TIC, el 56,4% de los encuestados estaría interesado en utilizar dicho servicio, como se observa en la Tabla 5. En ese contexto, manifiestan que las características de una oferta en línea, debe contemplar el acceso a redes sociales de los candidatos, antecedentes judiciales, hoja de vida y experiencia del empleado, recomendaciones, reportes financieros, y votaciones por calidad de servicio. Dentro de los encuestados que respondieron afirmativamente la pregunta anterior, se estableció que las características de una oferta en línea de prestación de servicios domésticos se concentran principalmente en el acceso a redes sociales de los candidatos, antecedentes judiciales, hoja de vida del empleado de servicio, recomendaciones, reportes financieros, votaciones por calidad de servicio y experiencia del empleado.

Tabla 5. Características de una oferta en línea de prestación de servicios domésticos

Características de personalización	%
Acceso a redes sociales de los candidatos	80,7%
Antecedentes judiciales	80,7%
Hoja de vida del empleado de servicio	80,7%
Recomendaciones	80,7%
Reportes financieros	80,7%
Votaciones por calidad del servicio	68,4%
Experiencia del personal	59,6%
Edad	42,1%
Ubicación del empleado (a) de servicio doméstico	29,8%
Perfil socio económico	7,0%
Tendencias religiosas	7,0%
Peso	5,3%
Base de respuesta	57

4. CONCLUSIONES

- Los instrumentos metodológicos utilizados (encuestas, entrevistas y validación comercial con clientes) constituyeron mecanismos de fuentes primaria y captura de información estratégica, para establecer la estructuración de un modelo de negocio; en ese sentido, se establece que las iniciativas empresariales, deben partir de una caracterización de necesidades y/o oportunidades existentes en el mercado, y de esta forma analizar la viabilidad, y factibilidad de los modelos de negocio planteados.
- Dentro de la contratación y disponibilidad de servicios domésticos, las herramientas TIC tienen el potencial de brindar soluciones reales y factibles frente a las problemática de oferta y demanda de servicios domésticos; no obstante, la escalabilidad, madurez tecnológica y posicionamiento comercial de las mismas, depende en gran medida de garantizar criterios de confianza, seguridad y valoración de antecedentes del personal doméstico contratado, antes, durante y después de la prestación de los servicios domésticos.
- En cuanto al desarrollo y escalabilidad de un modelo de negocio por medio de las TIC, es pertinente establecer módulos operativos de fácil uso, eficientes y accesibles, los cuales contribuirían al valor agregado del modelo de negocio. Igualmente, es necesario diseñar e implementar una fuerte

campana de mercadeo, para la apropiación de la tecnología en la población, dado que, en el área metropolitana de Bucaramanga, no es común la contratación de servicios domésticos mediante medios digitales, de ahí la existencia de un nicho de mercado, con un fuerte potencial de crecimiento y expansión, lo cual facilitaría la puesta en marcha de la presente iniciativa empresarial.

- Frente al diseño de una oferta de servicios domésticos mediada por TIC, es necesario incluir dentro del portafolio del negocio, las labores de aseo y plancha, ya que son las de mayor demanda en el mercado local, asimismo el plan de mercadeo debe estar enfocado en clientes potenciales, cuya edad oscila entre 20 y 30 años, dado que pertenecen al grupo poblacional que más solicita la contratación de servicios domésticos, específicamente, labores de aseo. Contrario a lo que se pensaría, es la población joven la que está demandando servicios domésticos, dinámica que se explicaría por los cambios generacionales, y la independencia familiar de este grupo poblacional.
- En la propuesta de valor de una empresa de prestación de servicios domésticos, se debe sumar esfuerzos por incluir un personal eficiente e idóneo, puesto que los principales factores de contratación de personal son las referencias del empleado (a), la honestidad, y la calidad del servicio. Por consiguiente, una oferta empresarial de servicios domésticos debe priorizar esfuerzos en la selección de su recurso humano, y capacitar constantemente a sus empleados, para de esta manera, brindar un servicio que cumpla con las expectativas de los clientes y al mismo tiempo, ofrecer a sus empleados, confianza y seguridad laboral.
- Dentro de la propuesta de valor para un modelo de negocio enfocado en la prestación del servicio doméstico, se identificó la necesidad de contar con asesoría legal y laboral para los empleadores que a la fecha no han formalizado el servicio doméstico que les llevan prestando trabajadores por determinado tiempo, lo cual se concluye que en el modelo de negocio se debe incluir la asesoría para la contratación de personal, afiliación a seguridad social, pago de prestaciones sociales, liquidación de contratos y cumplimiento a la normatividad legal aplicable por tener una relación laboral.

5. REFERENCIAS

- Barrero Ramírez, P. M., Ospina Hernández, Y., & Sánchez Aragón, L. G. (2020). Condiciones de trabajo y salud de las mujeres que son empleadas del servicio domesticas en los conjuntos del Barrio Vergel de la ciudad de Ibagué, Tolima (Bachelor's thesis, Universidad EAN).
- Bernal, C. A. (2010). Metodología de la Investigación. Pearson. Tercera edición.
- Contreras, M. E. (1999). Formulación y Evaluación de Proyectos. Bogotá: Unisur
- Hernández, García, López y Rodríguez, (2014) Estudio de encuestas. Recuperado de https://www.academia.edu/11394153/Estudio_De_Encuestas
- Núñez, J., & Sánchez, F. (2002). Empleo informal y evasión fiscal en Colombia. Archivos de economía, 210, 1-30.
- Sánchez, R. A. (2016). Economía colaborativa: un nuevo mercado para la economía social. CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa, (88), 230-258.
- Tiongson, J. (2015). Cómo los consumidores realmente encuentran y utilizan sus aplicaciones. Recuperado de <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-419/recursos-y-herramientas/m%C3%B3vil/consumidores-encuentran-utilizan-aplicaciones/>