



**Universidad**  
Zaragoza

# Trabajo Fin de Grado

Plataformas digitales de trabajo. Estudio del caso de  
Aragón

*Digital work platforms. Case study of Aragón*

Autor

Sergio Ollés Porta

Director

David Pac Salas

Facultad de Economía y Empresa  
2020

*“En el pasado había muchas cosas que solo los humanos podían hacer. Pero ahora los robots y las computadoras se están poniendo al día, y pronto pueden superar a los humanos en la mayoría de las tareas. (...) Estamos al borde de una revolución trascendental. Los humanos están en peligro de perder su valor económico porque la inteligencia se está desacoplando de la conciencia.”*

**Yuval Noah Harari**

## Grado en **Marketing e Investigación de Mercados**

Plataformas digitales de trabajo en Aragón

*Digital work platforms in Aragón*

*Autor:* Sergio Ollés Porta

*Director:* David Pac Salas

### **Resumen**

Vivimos un momento de grandes cambios en muchos ámbitos de nuestra vida cotidiana debido en gran parte a cambios en la tecnología. Uno de estos ámbitos es el mercado laboral, debido a la aparición de nuevas plataformas digitales de trabajo. Encuestas como la realizada por la OIT o la llamada COLLEEM nos acercan a conocer un poco más de manera global estas plataformas y sus efectos en los trabajadores. En este trabajo se analizan estos informes, además de realizar uno que estudie la situación en Aragón. A través de una encuesta, se ha obtenido información del conocimiento, uso y opinión que se tienen de las plataformas digitales de trabajo. Estas plataformas tienen cada vez mayor importancia en el mercado laboral, sobre todo en los jóvenes. Además, su uso como consumidor se está extendiendo, por lo que es de vital importancia conocer cómo operan y qué visión tiene la sociedad de ellas.

Palabras clave: *plataformas de trabajo, digitalización, Aragón, mercado laboral*

### **Abstract**

Technology is changing many areas of our daily lives. One of these areas is the labor market, due to the appearance of new digital work platforms. Studies such as the one carried out by the ILO or the so-called COLLEEM bring us closer to knowing a little more globally about these platforms and their effects on workers. In this paper these reports are analyzed, in addition to making one that studies the situation in Aragon. Through a survey, information has been obtained on the knowledge, use and opinion that people from Aragon have of digital work platforms. These platforms are increasingly important in the labor market, especially for young people. In addition to that, their use as a consumer is spreading, so it is vitally important to know how they operate and what vision society has of them.

Key words: *work platforms, digitization, Aragón, labor market*

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>Justificación .....</b>	<b>1</b>
<b>Objetivos .....</b>	<b>2</b>
<b>Metodología .....</b>	<b>2</b>
<b>CAPÍTULO 1: LAS PLATAFORMAS DIGTALES DE TRABAJO .....</b>	<b>3</b>
<b>1.1. Conceptualización .....</b>	<b>3</b>
1.1.1. Definición .....	3
1.1.2. Causas .....	4
1.1.3. Características .....	5
1.1.4. Ventajas e inconvenientes.....	6
1.1.5. Clasificación .....	7
<b>1.2. Contextualización.....</b>	<b>8</b>
1.2.2. Estado actual, evolución y formas de trabajo en las plataformas digitales de trabajo .....	10
1.2.3. Caracterización de los trabajadores en las plataformas digitales de trabajo .....	10
1.2.4. Condiciones de empleo en las plataformas digitales de trabajo .....	11
<b>CAPÍTULO 2: LAS PLATAFORMAS DIGITALES DE TRABJO EN ARAGÓN .....</b>	<b>14</b>
<b>2.1. Objetivo.....</b>	<b>14</b>
<b>2.2. Metodología .....</b>	<b>14</b>
<b>2.3. Principales resultados:.....</b>	<b>18</b>
2.3.1. Conocimiento de las plataformas digitales de trabajo .....	18
2.3.2. Uso de las plataformas digitales de trabajo.....	21
2.3.3. Opinión de las plataformas digitales de trabajo .....	32
<b>CAPÍTULO 3: CONCLUSIONES DEL ESTUDIO .....</b>	<b>35</b>
<b>3.1. Conclusiones .....</b>	<b>35</b>
<b>3.2. Limitaciones del estudio .....</b>	<b>38</b>
<b>3.3. Continuidad del estudio.....</b>	<b>38</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>39</b>
<b>ANEXO I – Cuadros de resultados de SPSS .....</b>	<b>41</b>
<b>ANEXO II – Cuestionario Google Forms.....</b>	<b>52</b>
<b>ANEXO III – Infografía enviada a las personas interesadas.....</b>	<b>60</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1:</b> Conocimiento de las plataformas digitales de trabajo .....	18
<b>Gráfico 2:</b> Conocimiento de las plataformas digitales de trabajo según el nivel de estudios .....	19
<b>Gráfico 3:</b> Conocimiento de las diferentes plataformas digitales de trabajo .....	20
<b>Gráfico 4:</b> Conocimiento de las plataformas digitales de trabajo según el nivel de estudios .....	21
<b>Gráfico 5:</b> Uso como consumidor de las plataformas digitales de trabajo .....	21
<b>Gráfico 6:</b> Uso como consumidor de las plataformas digitales de trabajo según el nivel de estudios.....	22
<b>Gráfico 7:</b> Uso como consumidor de las diferentes plataformas digitales de trabajo....	23
<b>Gráfico 8:</b> Uso como consumidor de las diferentes plataformas digitales de trabajo según la edad .....	23
<b>Gráfico 9:</b> Uso como consumidor de las diferentes plataformas digitales de trabajo según el nivel de estudios.....	24
<b>Gráfico 10:</b> Motivos de uso como consumidor de las plataformas digitales de trabajo	24
<b>Gráfico 11:</b> Motivos de uso como consumidor de las plataformas digitales de trabajo según el nivel de estudios .....	25
<b>Gráfico 12:</b> Uso como trabajador de las plataformas digitales de trabajo .....	26
<b>Gráfico 13:</b> Uso como trabajador de las plataformas digitales de trabajo según el nivel de estudios.....	26
<b>Gráfico 14:</b> Uso como trabajador de las diferentes plataformas digitales de trabajo ....	27
<b>Gráfico 15:</b> Uso como trabajador de las diferentes plataformas digitales de trabajo según la edad .....	27
<b>Gráfico 16:</b> Motivos de uso como trabajador de las plataformas digitales de trabajo...	28
<b>Gráfico 17:</b> Motivos de uso como trabajador de las plataformas digitales de trabajo según la edad .....	29
<b>Gráfico 18:</b> Motivos de uso como trabajador de las plataformas digitales de trabajo según el nivel de estudios.....	30
<b>Gráfico 19:</b> Porcentaje de sueldo de los trabajadores de las plataformas digitales de trabajo .....	30
<b>Gráfico 20:</b> Porcentaje del sueldo de los trabajadores de las plataformas digitales de trabajo según el nivel de estudios .....	31
<b>Gráfico 21:</b> Porcentaje de sueldo de los trabajadores de las plataformas según la edad	31

<b>Gráfico 22:</b> Opinión de las plataformas digitales de trabajo .....	32
<b>Gráfico 23:</b> Opinión de las plataformas digitales de trabajo según la edad.....	33
<b>Gráfico 24:</b> Opinión de las plataformas digitales de trabajo según el nivel de estudios	33

## INTRODUCCIÓN

### Justificación

Pese a que el PIB mundial se ha disparado en las últimas décadas, el paro en 2016 estaba al mismo nivel que en 1901 (Doménech, 2017). Pero, ¿tenemos los mismos trabajos? ¿Ha cambiado la tecnología nuestra forma de trabajar? ¿Cómo son estos nuevos empleos? ¿Pueden las llamadas plataformas digitales transformar de forma drástica el mercado laboral?

Los procesos por los cuales tomamos decisiones, nos movemos, vemos publicidad, compramos, nos comunicamos, trabajamos, nos informamos... han cambiado de forma drástica en los últimos años. Sin embargo, desconocemos en muchos casos las consecuencias que estos cambios puedan tener, en los individuos (fisiológicos, psicológicos) y en el conjunto de la sociedad (mercado laboral, nuevas formas de consumo).

La digitalización de la sociedad afecta a todos sus miembros: empresas, gobiernos, personas, por lo que es de vital importancia conocer los cambios que ésta puede provocar en todos ellos.

Esta transformación digital representa importantes cambios en las sociedades en las que vivimos. La aparición de Internet tal y como lo conocemos al final del siglo XX, unido a la irrupción de los *smartphones* en la nueva sociedad digital ha generado profundos cambios en la educación, la economía, las relaciones sociales, el mercado laboral...

Es en este último punto, el mercado laboral, donde este Trabajo de Fin de Grado se enmarca. En él se analizarán las nuevas formas de empleo (las plataformas digitales de trabajo), realizando tanto un análisis de la situación global como uno más específico de la comunidad autónoma de Aragón.

## **Objetivos**

El objetivo general de este trabajo es analizar el estado de las plataformas digitales de trabajo en Aragón.

Los objetivos específicos son los siguientes:

- Estudiar la evolución y situación actual de las plataformas digitales de trabajo
- Analizar las características del empleo generado en estas plataformas
- Observar el uso, conocimiento y opinión de las plataformas digitales de trabajo en Aragón

## **Metodología**

Para alcanzar los objetivos planteados en este trabajo se ha llevado a cabo un estudio en dos fases. La primera consiste en una aproximación conceptual y contextual a las plataformas digitales de trabajo, estudiando específicamente dos grandes estudios al respecto. La segunda fase consiste en un estudio propio llevado a cabo mediante una encuesta no presencial, en la que se abarcan diferentes aspectos relevantes de estas plataformas, desde una perspectiva más local, para poder ofrecer resultados del conocimiento, uso y opinión en la comunidad de Aragón.



## CAPÍTULO 1: LAS PLATAFORMAS DIGTALES DE TRABAJO

### 1.1. Conceptualización

#### 1.1.1. Definición

Una plataforma digital es “*un punto de encuentro virtual, un intermediario que facilita compartir, intercambiar o prestar bienes y servicios infrautilizados, ajustando de manera sencilla entre oferta y demanda*” (Srnicek, 2017: 255). Es un concepto basado en el concepto de economía colaborativa o *sharing economy*.

Empresas como Facebook y Twitter fueron el punto de partida: ponen en contacto a productores y consumidores de información sin tener que producir ningún contenido; somos nosotros quienes voluntariamente los generamos, y además gratis (El Confidencial, 2015).

Las nuevas tecnologías han permitido la expansión de este concepto. Anna Ginès, directora del Instituto de Estudios Laborales de ESADE comenta que el verdadero impacto de la economía colaborativa es la posibilidad de globalizar, gracias a internet, relaciones humanas que anteriormente sólo se desarrollaban entre pequeñas comunidades de personas a nivel local. Ejemplos de plataformas de la economía colaborativa son BlaBlaCar, que permite conectar pasajeros para compartir coche y gastos en desplazamientos, o Couchsurfing, que conecta viajeros con locales dispuestos a ofrecer alojamiento gratuito.

Sin embargo, según Anna Ginès, en este contexto, han aparecido plataformas digitales como Uber, Deliveroo, Glovo o Amazon Mechanical Turk que, tergiversando la esencia de la economía colaborativa, han desarrollado verdaderos modelos de negocio basados en la elusión de la normativa laboral y de Seguridad Social.

Este modelo de negocio en la denominada *gig-economy* se basa en cuatro factores estudiados por ESADE en colaboración con la fundación BBVA. Estos factores han permitido la sustitución de formas más o menos estables de empleo por formas de trabajo autónomo de escasa duración:

- 1.- La división del trabajo en micro tareas; es decir, tareas individuales de muy corta duración.
- 2.- El empleo del *crowdsourcing*, una nueva modalidad de externalización que implica contratar a un número muy elevado de profesionales para garantizar poder cubrir la

demanda en todo momento.

3.- La contratación *on-demand* o a demanda. Las nuevas tecnologías permiten identificar el momento exacto y preciso en el que se produce la demanda del servicio y, en cuestión de segundos, emparejarla con un prestador de servicios. Los profesionales, por tanto, son contratados en el tiempo exacto en que se produce la demanda del servicio y por el tiempo concreto que dura el mismo.

4.- La consideración de los profesionales como trabajadores autónomos, debido a que emplean medios de producción propios, asumen los costes de la actividad y tienen libertad para determinar, no solo su horario, sino su interés en trabajar.

De este último punto concluimos que operar como estas plataformas supone una enorme ventaja para las empresas. Las plataformas deben soportar muy pocos gastos fijos. Quienes realizan los servicios aportan todo y quienes ganan dinero son los que cobran el porcentaje.

Como se comenta en el informe *El mercado laboral digital a debate*, en algunos casos “el jefe pasa a ser un algoritmo”, en lo que se llaman sistemas predictivos, que asignan tareas en función de la reputación y logros pasados de los usuarios en la plataforma. En otros casos, para habilidades menos abundantes, los usuarios pueden llegar a seleccionar las tareas que quieren realizar o por las que quieren competir.

En cualquiera de los casos es el cliente, el usuario consumidor dentro de la plataforma, quien realiza la evaluación de la calidad del trabajo realizado impactando en la reputación del usuario productor y sus opciones de realizar otras tareas en el futuro.

Veremos ahora como se ha llegado a este punto; es decir, las causas de la existencia de estas plataformas.

### **1.1.2. Causas**

En primer lugar, habría que destacar un aumento de las formas de trabajo no convencionales con un fuerte crecimiento de las formas de trabajo intermitentes y, especialmente en España, de la contratación temporal de corta duración. Aunque seguimos pensando el trabajo deseable bajo el prisma tradicional lo cierto es que la gente siempre ha soñado con escapar de la rigidez y la conformidad de esos trabajos “deseables”. El futuro de la fuerza laboral, los millennials, parece tenerlo claro (Cañigüeral, 2017).

La consultora Deloitte encuestó a 10.455 millennials (nacidos entre 1983 y 1994) de 36

países diferentes. Los resultados revelaron que el 43 por ciento de los millennials planea dejar sus empleos actuales en menos de dos años y solo el 28 por ciento tiene planes para quedarse más allá de los cinco años.

Los millennials clasificaron el desarrollo personal y la flexibilidad por encima del salario; tienen grandes expectativas para trabajar en su propio horario; y califican el equilibrio entre vida-trabajo como lo más esencial, muy por delante de la seguridad en el empleo. Además, a esto se le suma una fuerte tendencia a la externalización por parte de las empresas. Albert Cañigüeral (2017) explica como hoy en día acceder al talento bajo demanda resulta más simple que contratarlo de manera permanente en la propia organización. Las empresas lo saben y lo están normalizando. La empresa pasa a ser un director de orquesta que toma recursos de una base de talento disponible bajo demanda, o *talent pool*, todo ello optimizado mediante inteligencia artificial que actúa como gestora de proyectos para tener el talento que necesite, cuando lo necesite, donde lo necesite.

Por último, nos encontramos ante un auge de internet y las plataformas digitales, dispuestas a intermediar de manera eficiente el encuentro entre la oferta y la demanda de talento en cualquier tipo de trabajo.

A continuación, pasaremos a ver las características y puntos en común de estas nuevas plataformas que aparecen debido a la tecnología.

### **1.1.3. Características**

Valenduc y Vendramin (2016: 7-8) sintetizan en cuatro características la creación de nuevas empresas con este modelo de negocio: “la irrelevancia de la localización geográfica, el papel central que juegan las plataformas digitales, la importancia de los efectos de red y el uso de Big Data”.

Es prioritario para Silicon Valley emprender iniciativas que pueden asegurarse una posición dominante, cuando no monopolística, y que además puedan crecer territorialmente de un modo rápido (Hernández, 2015). Las últimas novedades tecnológicas no provienen de un invento que haya alterado radicalmente nada, de un descubrimiento como Internet o de nuevas creaciones que modifiquen de modo sustancial lo que estábamos haciendo, sino que están priorizando el desarrollo de modelos que deriven hacia manos tecnológicas y concentradas actividades que ya se estaban realizando. Amazon o Spotify son buenos ejemplos, y probablemente el punto de partida de muchas de estas nuevas ideas, como Etsy, Airbnb o Task Rabbitt.

Este modelo de negocio se basa en el SAAS (*Software as a service*). El concepto de software como servicio se enmarca dentro de la computación en la nube, o *cloud computing*, y es usado regularmente al acceder a Internet. Microsoft lo caracteriza como un sistema en el que el usuario no paga por un bien físico ni por un servicio, si no que lo hace a cambio de poder usar una plataforma o servicio, de permitírsele acceso al mismo. Ejemplos claros son Netflix, Facebook o Twitter (estos últimos son gratuitos aparentemente para el usuario, que cede sus datos a la empresa propietaria del software).

Si nos referimos a las características concretas de este tipo de plataformas, basadas en la mayoría de ocasiones en apps de transporte de mercancías (Deliveroo, Glovo) o personas (Uber, Lyft, Cabify), o incluso aquellas destinadas al alojamiento de personas (Airbnb) nos encontramos algunas características comunes, como explica Cañigüeral:

- El uso de una plataforma digital para poner en contacto proveedores y clientes
- Los trabajadores pueden trabajar cuando quieren
- El pago es por tarea o por proyecto
- El pago es intermediado por la plataforma

#### **1.1.4. Ventajas e inconvenientes**

En términos positivos y optimistas se subraya que traen consigo un cambio que permite incrementar el crecimiento económico y algunos añaden y pronostican que también facilitará, mejorará e incluso alargará la vida.

Por otro lado, en términos negativos y pesimistas se subraya que incrementa la precariedad y vulnerabilidad de cada vez más amplios sectores de población, incrementa la desigualdad y, en consecuencia, vuelve muy inestable nuestros modos de vida y el mundo que habitamos. Anna Ginès, profesora de Derecho del Trabajo de ESADE Law School y directora del Instituto de Estudios Laborales de ESADE, defiende que el modelo de las plataformas digitales está contribuyendo a la precarización del trabajo, a la vez que reaparece el debate sobre la obsolescencia de la norma laboral. Se trata, no obstante, de un falso debate, dado que el concepto de trabajador encaja perfectamente en el ámbito de las plataformas digitales; simplemente, algunas de estas plataformas han optado por eludir la norma laboral. Y, es más, debe advertirse sobre los efectos negativos que provocaría adoptar una regulación laboral a su medida, al contribuir todavía más en la precarización del trabajo.

### 1.1.5. Clasificación

Hoy en día existen plataformas para acceder con facilidad a todo tipo de talento y necesidades. El informe “El mercado laboral digital a debate” (A. Cañigueral, 2017) diferencia entre cinco niveles en lo concerniente a estos trabajos (Ilustración 1), basándose en la tarea realizada, los ingresos, la precarización, el talento...

En primer lugar, Albert Cañigueral considera que tendríamos a los microtrabajadores (*microworkers*) en plataformas de microtareas online como Amazon Mechanical Turk, Figure Eight o ClickWorker. Estas plataformas permiten ganar dinero (unos céntimos) por Internet a cambio de realizar pequeñas tareas: Algunas de estas tareas pueden ser las siguientes:

- Procesamiento de fotos y vídeos (seleccionar la mejor imagen de un grupo; es decir, la que mejor representa al producto)
- Verificación de datos (Identificar productos duplicados en catálogos online)
- Recopilación de información (Rellenar datos de encuestas sobre diversos temas)
- Procesamiento de datos (Edición y transcripción de podcasts, clasificación de la exactitud de los resultados de un motor de búsqueda).

Las empresas son libres a la hora definir los pagos y es el empleado el encargado de decidir si está interesado en realizar dicha tarea. Es un tipo de empleo en el que las ganancias se cuentan por céntimos, y que conllevan tareas repetitivas y sin apenas diferenciación.

En segundo lugar, explica Cañigueral, encontramos a los trabajadores bajo demanda (*gig workers*) mediante plataformas como Glovo, Uber, o TechBuddy. Estas empresas se basan en servicios más complejos y que requieren un poco más de especialización como el transporte de personas (Lyft, Cabify...), de comida (Deliveroo) o incluso de contratación de personal de limpieza (MyPoppins). Los salarios son mayores, dando lugar incluso a individuos que obtienen la mayoría de sus ingresos de estas plataformas. Algunas de estas compañías se enfrentan a sectores de la sociedad reacios a su modelo de negocio, debido a la consideración de sus trabajadores de falsos autónomos.

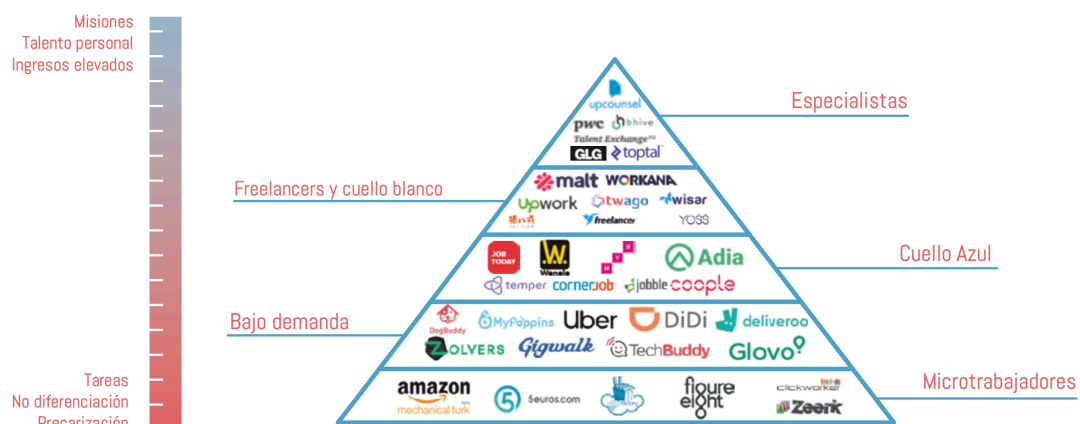
También existen plataformas enfocadas a los trabajadores de cuello azul como CornerJob o JobToday que ofrecen una alternativa digital a las empresas de trabajo temporal. Estas empresas se basan en el modelo *Just In Time* para la búsqueda de empleo. Algunas como Jobble o Coople, ponen en contacto empresas y trabajadores para la realización

normalmente de pequeñas tareas, más propias de *gig workers*, aunque también se ofrecen contratos de más larga duración.

La oferta se completa con soluciones digitales para la contratación de *freelancers* y trabajadores de cuello blanco (diseñadores, traductores, programadores, directores de proyectos, expertos en ciberseguridad, etc.) como UpWork, Freelancer o Malt. Suelen ser trabajos más complejos con tareas más especializadas, donde el salario es mayor.

Por último se pueden encontrar perfiles de alta especialización en plataformas como GLG, diseñadas específicamente para este tipo de trabajadores. Es un fenómeno global y en rápido crecimiento. Por ejemplo TopTal se enorgullece de aceptar tan solo al 3% de las solicitudes de *freelancers* que le llegan. Otras como UpCounsel están especializadas en la contratación de abogados para empresas y empresarios.

**Ilustración 1:** Pirámide clasificatoria de plataformas digitales de trabajo



*Fuente: “El mercado laboral digital a debate” (A. Cañigual, 2017)*

## 1.2. Contextualización

En este apartado se va a indagar en el estado actual de la relación entre la tecnología y el mercado laboral, para después analizar la situación global de las plataformas digitales de trabajo. Este análisis se realizará principalmente mediante un análisis de fuentes secundarias.

### 1.2.1. Tecnología, empleo y digitalización

La revolución industrial 4.0 tiene efectos disruptivos sobre el empleo, las ocupaciones, las habilidades necesarias, la brecha salarial, la desigualdad y la polarización, aunque de

momento no hay bases para afirmar que afecta al desempleo a nivel agregado (R. Doménech R. et al, 2017).

Trabajo y tecnología no siempre han tenido, en efecto, una relación pacífica. Desde los episodios de los primeros machine breakers, en terminología de Hobsbawn (1952), hasta las más recientes movilizaciones de taxistas contra el asentamiento de plataformas digitales como Uber o Cabify, podemos encontrar signos evidentes del temor que producen los avances científicos y tecnológicos por su impacto presumiblemente negativo sobre las cotas de empleo (Rodríguez Fernández, 2019).

Es imprescindible que la sociedad (sector público, empresas y trabajadores) se prepare y gobierne el cambio de manera activa con un amplio conjunto de políticas que garanticen la igualdad de oportunidades. Como se afirma en el estudio “El Impacto del Cambio Tecnológico y el Futuro del Empleo” (Fundación para la Investigación sobre el Derecho y la Empresa, 2017), es esencial que esas políticas potencien a largo plazo los efectos positivos de un progreso técnico y digital inclusivo, que pongan al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era y reduzcan los costes de la transición a corto y medio plazo.

En este estudio, realizado por la fundación FIDE en colaboración con BBVA Research, se comenta la existencia de una gran disparidad entre las economías avanzadas en cuanto a su renta per cápita, desempleo y desigualdad. El reto, como se dice en el estudio, es gobernar la transformación tecnológica y digital, con niveles reducidos de desigualdad y de tasa de desempleo, como hacen los países nórdicos. Las políticas que reducen el desempleo también reducen la desigualdad. Algunos países como España se encuentran lejos de la frontera, también debido a que el porcentaje de trabajadores en estas plataformas se está incrementando de gran manera en los últimos años, como veremos más adelante.

Robots, IoT, IA y datos irán desplazando más y más trabajo de algunas actividades actuales y desarrollarán otras nuevas en la que se crearán nuevos empleos que en la actualidad no podemos imaginar. A medida que la sociedad se hace más rica se demandan más servicios de sectores más intensivos en trabajo, por los que se estarán dispuestos a pagar mayores salarios (Baumol, 2012): sanidad y cuidados personales (envejecimiento), educación, industria del ocio y turismo, servicios a las familias y a las personas, etc. El reto consiste en que la transición entre empleos que se crean y se destruyan sea los más

eficiente y equitativa posible: proteger a las personas y no los puestos de trabajo (Tirole, 2017).

Dejando a un lado la destrucción de empleos ocasionada por los algoritmos, también encontramos nuevas oportunidades de trabajo, en general apoyadas por tecnologías accesibles a gran parte de la población.

### **1.2.2. Estado actual, evolución y formas de trabajo en las plataformas digitales de trabajo**

Una de las formas en las que las tecnologías están tomando más protagonismo en el mercado laboral son las plataformas digitales de trabajo. Uno de los principales problemas al analizar este tipo de trabajos, es la diferencia de criterios en lo que se considera plataforma digital de trabajo. Para SIA (Staffing Industry Analysts) la “gig economy” incluye todo tipo de trabajo intermitente (trabajadores independientes, trabajadores temporales, agencias de trabajo temporal, contratos por proyecto, etc. En estudios como la encuesta piloto COLLEEM, llevada a cabo por el JRC (Centro Común de Investigación, por sus siglas en inglés) la definición que se da de plataforma digital de empleo es amplia, pudiendo pertenecer el trabajo a cualquiera de las cinco categorías que aparecen en la Ilustración 2. En otras, como la realizada por la OIT bajo el nombre “Las plataformas digitales y el futuro del trabajo” el concepto está restringido a la realización de microtarefas, quedando muchas otros empleos fuera del análisis (A. Cañigueral, 2017). Por tanto, es importante definir de manera concreta (aunque pueda ser amplia) las plataformas digitales de trabajo: los trabajos que se corresponden a las categorías inferiores suelen ser estar caracterizadas por salarios más bajos, tareas más simples y menor diferenciación, del mismo modo que las actividades de la parte superior, menores en número de trabajadores, requieran talento, con ingresos elevados, y mayor especialización.

### **1.2.3. Caracterización de los trabajadores en las plataformas digitales de trabajo**

En estas plataformas encontramos trabajadores de todas las edades, con medias que rondan los treinta años (Urzi et al, 2020), aunque predomina un perfil más joven.

En cuanto al nivel de estudios, estos trabajos, que suelen ser precarios y con salarios bajos, se corresponden con trabajadores menos preparados, aunque encontramos estudios en los que casi la mitad de trabajadores tienen estudios superiores, y tan solo un 15% han completado únicamente estudios primarios (Bergs et al, 2019).

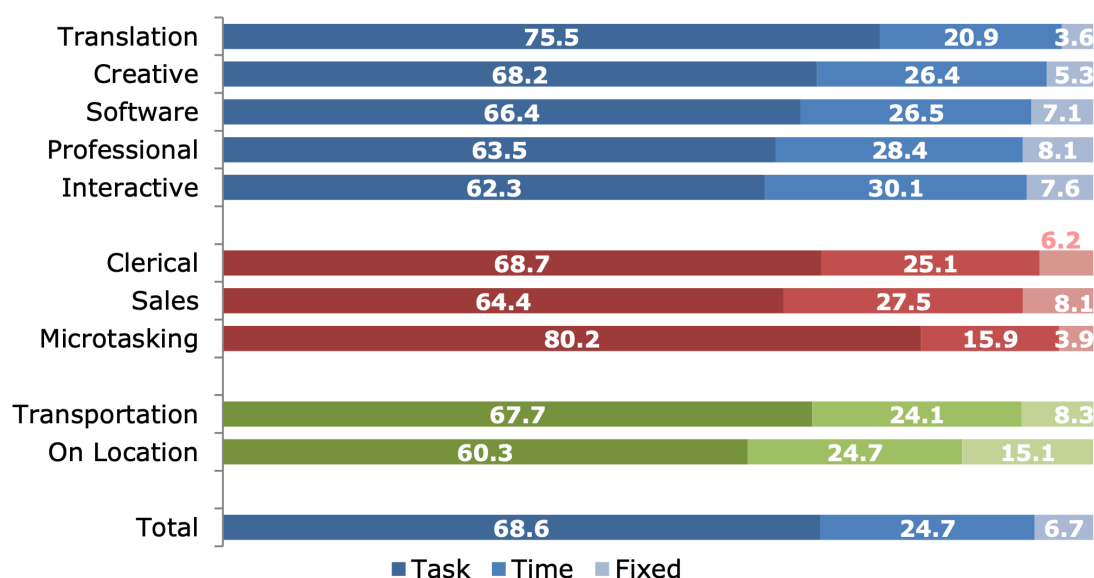


En el estudio realizado por la OIT, de los participantes con grados universitarios, el 57 por ciento había cursado estudios en ciencias o tecnología y el 25 por ciento en economía, finanzas o contabilidad.

#### 1.2.4. Condiciones de empleo en las plataformas digitales de trabajo

Si observamos, en primer lugar, las características de las tareas, vemos en la Ilustración 2 que la mayoría de los trabajadores cobran en función de la tarea realizada, aunque este porcentaje es especialmente alto en las tareas de *microtasking*, ya que por definición, están basadas en la tarea realizada.

**Ilustración 2:** Tipología del salario recibido en las plataformas digitales de trabajo (2017-2018)



Fuente: COLLEEM II Survey (2020)

Además, en algunas plataformas se utiliza mucho tiempo en la evaluación de tareas o incluso en ocasiones, encontramos falta de trabajo. El 58 por ciento de los participantes declaró que no había suficientes tareas disponibles. En la encuesta “Las plataformas digitales y el futuro del trabajo” (Bergs et al, 2019), un 58 por ciento de los participantes declaró que no había suficientes tareas disponibles. Asimismo, más del 60 por ciento de los participantes contestó que deseaba tener más trabajo en otras modalidades, lo cual pone de manifiesto elevados niveles de subempleo.

Esta insuficiencia de tareas empuja a este tipo de trabajadores a buscar trabajo en otras plataformas: casi la mitad de los encuestados afirmó que había trabajado en más de una plataforma durante el mes anterior a la encuesta.

En último lugar, si observamos la esfera económica, la mayoría de los trabajadores de las plataformas digitales dependen financieramente de los ingresos que obtienen mediante esta modalidad de trabajo: cerca del 32 por ciento de los encuestados afirmaron que el trabajo en las plataformas es su fuente primaria de ingresos en la encuesta realizada por la Organización Internacional del Trabajo (Bergs et al, 2019). En la encuesta COLEEM de 2018 (la más reciente), un 2% de la población adulta europea trabaja más de 20 horas a la semana u obtiene al menos la mitad de sus ingresos a través de plataformas de trabajo en línea.

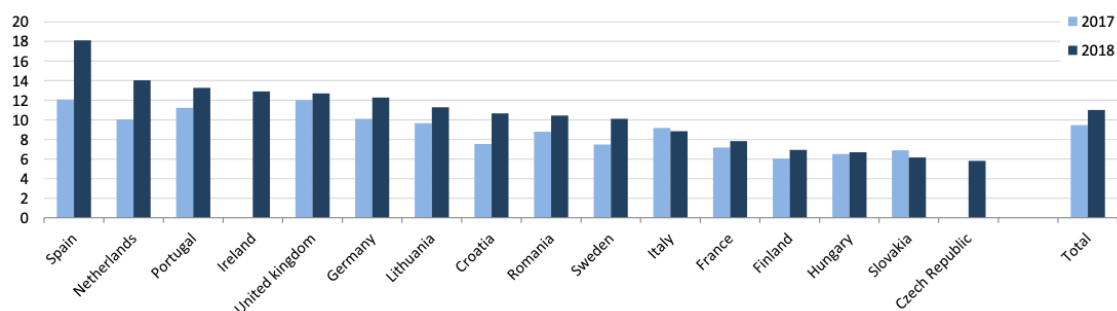
En la encuesta realizada por la Organización Internacional de Trabajo cerca del 32 por ciento de los encuestados afirmaron que el trabajo en las plataformas es su fuente primaria de ingresos.

A pesar del aumento de su oferta, el salario relativo de los trabajadores con estudios superiores ha aumentado respecto a los trabajadores con menores niveles de estudios (Tinbergen, 1974). El progreso técnico es complementario a los trabajadores de mayor cualificación y aumenta su demanda más rápidamente que su oferta (Goldin y Katz, 2008).

La automatización y la computerización complementan a los trabajadores que realizan tareas no rutinarias y abstractas, sustituyen a los que ejecutan tareas rutinarias, y no afectan a los que realizan tareas manuales y no rutinarias (Autor, Katz y Kearney, 2006).

Por último, si observamos datos nacionales, en la encuesta COLLEEM se ofrecen datos de porcentaje de trabajadores en estas plataformas por distintos países miembros de la Unión Europea.

**Ilustración 3:** Número de trabajadores en plataformas digitales en Europa (2017-2018)



*Fuente: COLLEEM II Survey (2020)*

Observamos que España es el país donde mayor porcentaje existe de trabajadores en estas plataformas, siendo relevante además el aumento entre 2017 y 2018, de un 12% a un 18% de los encuestados.

Sin embargo, no existe un análisis más exhaustivo, ni datos cruzados según el país, y por tanto, según la comunidad autónoma, por lo que es complicado saber el estado de estas plataformas, sus trabajadores y sus condiciones en Aragón.

## **CAPÍTULO 2: LAS PLATAFORMAS DIGITALES DE TRABAJO EN ARAGÓN**

La segunda parte de este trabajo está enfocada para desarrollar y explicar los resultados de una encuesta realizada de manera telemática.

### **2.1. Objetivo**

El objetivo general de la encuesta es estudiar el conocimiento, uso y opinión de los aragoneses de las plataformas digitales de trabajo, diferenciando según la edad y otras variables.

Los objetivos específicos son: analizar el conocimiento que tienen los aragoneses de las distintas plataformas; observar la opinión que tienen hacia estas plataformas (como usuario y desde el punto de vista del trabajador); ver el uso que se hace de estas plataformas (porqué se utilizan, ventajas e inconvenientes que se observan) y estudiar cuál es su relación laboralmente con ellas (trabajan, solo la conocen como usuario), relacionándolo con la edad y otras variables sociodemográficas, como el nivel de estudios.

Con estos objetivos en mente, se ha desarrollado una encuesta con la metodología que se explica a continuación.

### **2.2. Metodología**

En primer lugar, la encuesta se ha diseñado con la plataforma Google Forms, debido a su facilidad tanto de uso, como de posterior recogida de datos y análisis de los mismos. Se puede encontrar la encuesta en el Anexo II.

La encuesta consta de tres secciones: conocimiento, uso y opinión, para cumplir los objetivos ya descritos en el apartado anterior. Además, hay un apartado adicional, donde se piden datos de la persona que rellena la encuesta, para poder segmentar según el perfil sociodemográfico los datos obtenidos, asegurar que se cumple el requisito de la edad y desarrollar más en profundidad las respuestas, comparando entre diferentes grupos de edad u otras variables que se consideren significativas.

El primer apartado de la encuesta está dedicado al conocimiento que se tiene sobre estas plataformas, dando una definición de la misma y una lista de diferentes plataformas.

A continuación se pasa a preguntar por el uso que se hace de las diferentes plataformas digitales, tanto de usuario como de trabajador. Además, también se pregunta por los motivos que han llevado al uso de estas plataformas en ambos casos. Por último dentro

de este apartado, para aquellos que las han utilizado para trabajar, se ha preguntado cuanto porcentaje de sus ingresos representaban estas plataformas.

La tercera y penúltima sección está dedicada a conocer la opinión de las plataformas digitales de trabajo, así como las ventajas e inconvenientes percibidos.

La última sección se dedica a conocer datos que permitan segmentar en base a criterios sociodemográficos. Además de la edad, el género, el nivel de estudios completados y la ocupación principal. Además, se pregunta por independencia económica y domiciliaria.

La muestra consta de 383 respuestas recogidas a lo largo de dos semana por Whatsapp, Twitter y LinkedIn.

Antes de proceder de explicar cómo se han analizado los resultados, y mostrar dicho análisis, se ha establecido una comparación de la muestra con la población de Aragón, para comprobar las posibles diferencias en los criterios divisorios de la muestra.

En primer lugar, analizando el género de los encuestados y de la población real de Aragón, se han obtenido las siguientes tablas:

**Tabla 1:** Porcentaje de personas por género de la población aragonesa y de la muestra

	<b>Población aragonesa</b>	<b>Muestra</b>
Hombre	49,3%	45,93%
Mujer	50,7%	54,07%

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE y la encuesta*

En la Tabla 1 se puede observar que la diferencia es de apenas cuatro puntos porcentuales, por lo que no se ha considerado como significativa, y se han analizado los datos sin modificar esta variable.

En segundo lugar encontramos la edad. Al querer comparar el conocimiento, uso y opinión de las plataformas digitales de trabajo de los jóvenes, se han tomado dos grupos de edad. El primero, desde los 16 a los 34 años y el segundo, de los 35 a los 59.

Si bien la Constitución establece en su artículo 12 la mayoría de edad a los 18 años, ya a partir de los 16 años la ley reconoce una capacidad de obrar «restringida» a los menores (ABC, 2019). Además, una persona joven de 16 años puede adquirir derechos y responsabilidades que implican una gran responsabilidad, tales como casarse, emanciparse, obtener un trabajo, y la formación obligatoria se finaliza a esta edad (CJE,

2020). Es por eso que se ha elegido esta edad como límite inferior de la generación más joven.

En cuanto al límite superior de esta franja, en 1985 el Instituto de la Juventud (Injuve) aumentó la edad limítrofe de la juventud desde los 20 hasta los 30 años, cifra que, en estos momentos, para algunos organismos llega hasta los 35 (Heraldo, 2019). Además, bancos como el BBVA ofrecen ayudas para jóvenes hasta los 35 años y el gobierno aprueba con regularidad planes de apoyo para jóvenes con el mismo límite superior de edad (El País, 2018).

Como explica David Pac Salas en su tesis, “en los años 80, en los informes y documentos oficiales, se consideraba “joven” a los individuos comprendidos entre los 15-24 años. Con posterioridad, en los 90, los comprendidos entre 15-29. En la actualidad (...) se tienen en cuenta hasta los 34 años”.

En cuanto al segundo intervalo de edad, se ha considerado la madurez de una persona antes de comenzar el periodo considerado como tercera edad, ya que a los 60 años una persona puede jubilarse. Además, en la reciente pandemia de 2020 causada por el Covid-19, se consideró a las personas de más de 60 años como potencial riesgo, debido a su edad.

Por tanto, estas son las tablas correspondientes tras delimitar y reagrupar las respuestas de edad de la muestra y de la población aragonesa:

**Tabla 2:** Porcentaje de personas por rango de edad de la población aragonesa y de la muestra

	<b>Población aragonesa</b>	<b>Muestra</b>
15-34	34,63%	51,96%
35-59	65,37%	48,04%

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE y de la encuesta*

Debido a que las diferencias entre los grupos de edad son muy grandes (pese a que en ambos grupos hay una gran cantidad de datos) se ha decidido mantener el análisis de ambas categorías de edad, pero añadir otras variables que segmenten a la población, como el nivel de estudios completados. De esta manera, se realizarán comparaciones con diferentes variables, para, además de estudiar las diferencias entre dos generaciones, poder establecer mayores especificaciones con respecto al conocimiento, uso y opinión de diferentes segmentos de población ante estas plataformas.

Por último, se ha observado el nivel de estudios de la población.

Los diferentes grupos se han realizado siguiendo aquellos que utiliza el INE en el análisis de la población. De esta manera, los grupos resultantes son: “Sin Estudios”, “Estudios Primarios”, “Estudios obligatorios”, “Estudios medios post-obligatorios” y “Estudios universitarios”.

**Tabla 3:** Porcentaje de personas por nivel de estudios de la población aragonesa y de la muestra

	<b>Población aragonesa</b>	<b>Muestra</b>
Sin estudios / Estudios primarios	19,9%	6%
Estudios obligatorios	25,4%	5,23%
Estudios medios post-obligatorios	24,1%	37,07%
Estudios universitarios	30,5%	51,7%

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta*

Debido a que los datos obtenidos mediante la encuesta de “Sin estudios / Estudios primarios” y de “Estudios obligatorios” son mucho menores que los reales de la población de Aragón (Tabla 3), se ha procedido a ponderar la muestra según el nivel de estudios, como se observa a continuación.

**Tabla 4:** Coeficientes de ponderación de la muestra según nivel de estudios

Sin Estudios / Estudios primarios	3,314
Estudios obligatorios	4,864
Estudios medios post-obligatorios	0,650
Estudios universitarios	0,590

*Fuente: Elaboración propia*

Además, tras ponderar estos datos, al realizar la tabla que muestra la significación, obtenemos una correlación entre la variable Nivel de estudios e Ingresos Mensuales, donde a mayor nivel de estudios, mayor nivel de ingresos.

El análisis de esta encuesta se ha realizado siguiendo el siguiente esquema: conocimiento, uso y opinión (ventajas e inconvenientes) de las plataformas digitales de trabajo, utilizando como variables de cruce el género, la edad y el nivel de estudios del encuestado cuando la correlación es estadísticamente significativa.

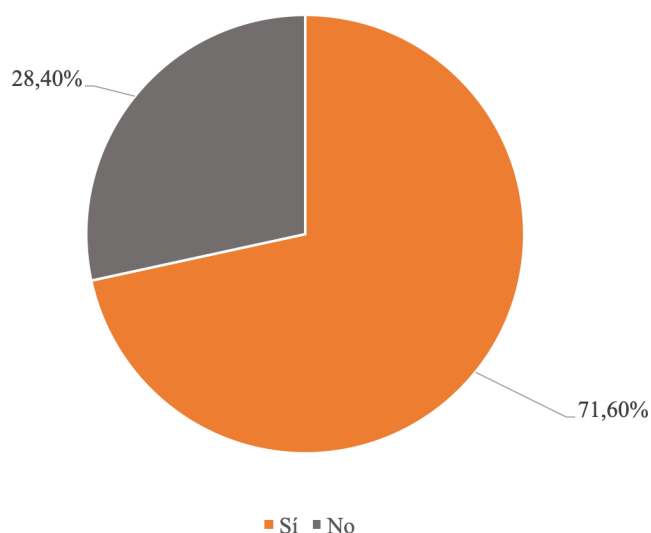
### 2.3. Principales resultados:

En este apartado se analizarán las diferentes respuestas obtenidas en la encuesta. Todos los resultados provienen de un exhaustivo análisis realizado con SPSS, y se ofrecen las tablas de dicho programa en el Anexo I. El análisis se hará comenzando con el conocimiento que se tiene de estas plataformas, para después proceder a comentar el uso que se hace de las mismas, tanto desde el punto de vista del consumidor como del trabajador. Por último, se observará la opinión que los encuestados tienen sobre estas plataformas de trabajo.

#### 2.3.1. Conocimiento de las plataformas digitales de trabajo

En primer lugar, al preguntar por el conocimiento que se tiene de las plataformas digitales de trabajo, observamos en el **Gráfico 1** que la mayoría sí las conocen (71,6%).

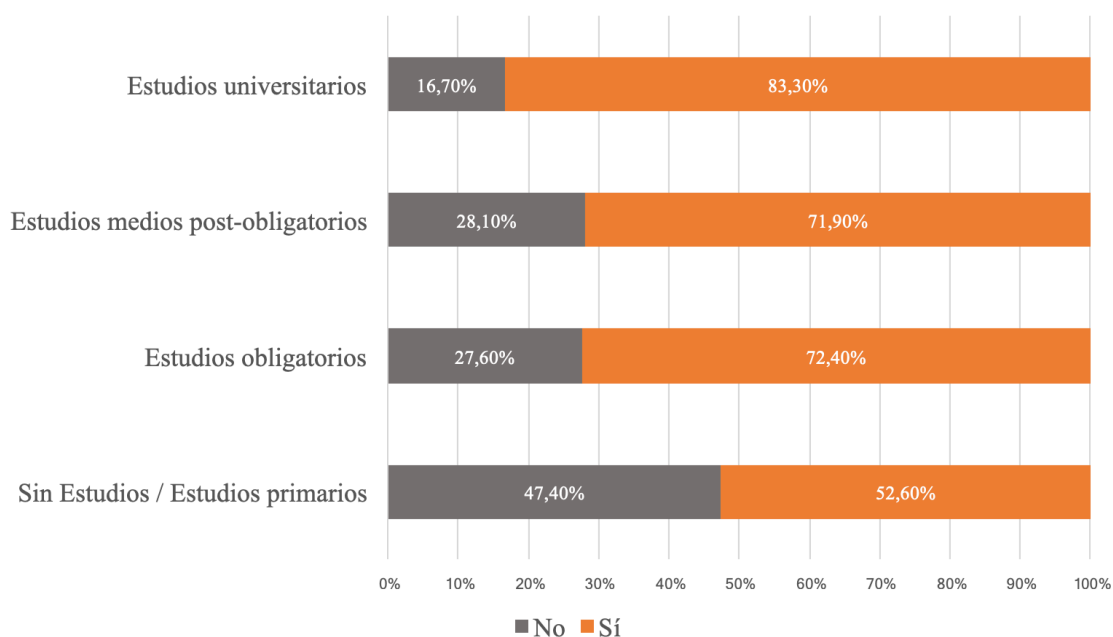
**Gráfico 1:** Conocimiento de las plataformas digitales de trabajo



Si analizamos estos resultados según el nivel de estudios completado por el encuestado (**Gráfico 2**), vemos que conforme se tiene mayor nivel educativo se tiende a conocer más este tipo de plataformas; casi la mitad (47,4%) de las personas encuestadas que no tienen estudios o solo tienen estudios primarios no conocen estas plataformas, disminuyendo hasta llegar a menos del 20% (16,7%) para aquellos con estudios universitarios completados.



**Gráfico 2:** Conocimiento de las plataformas digitales de trabajo según el nivel de estudios

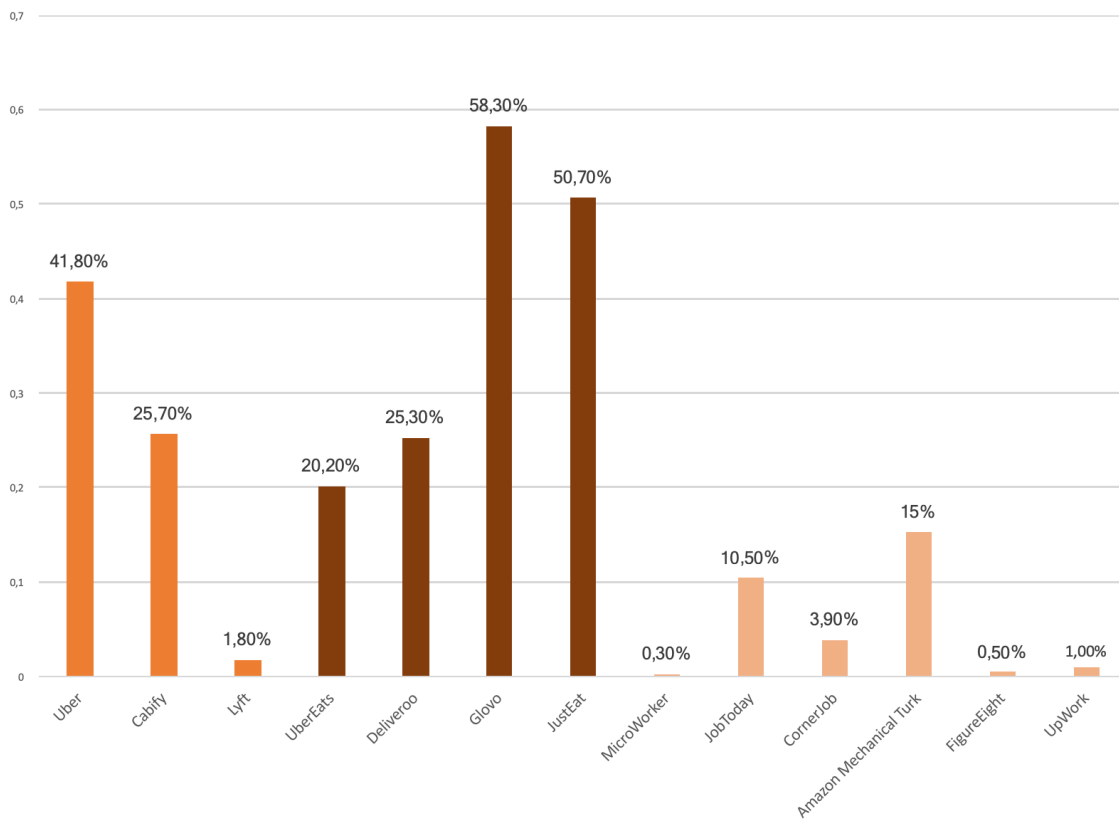


A continuación, pasaremos a analizar las diferentes plataformas digitales de trabajo que se conocen específicamente.

A partir de este punto, se han codificado por color las respuestas de las distintas plataformas en función del servicio que ofrecen, dividiéndolas en transporte de personas (Uber, Cabify, Lyft), transporte de mercancías (UberEats, Deliveroo, Glovo, JustEat) y plataformas destinadas al microtrabajo o búsqueda de trabajo (MicroWorker, JobToday, CornerJob, Amazon Mechanical Turk, FigureEight, UpWork). De esta manera, se puede realizar un análisis específico de cada plataforma, además de ver las tendencias grupales de cada conjunto de plataformas, sin perder información.

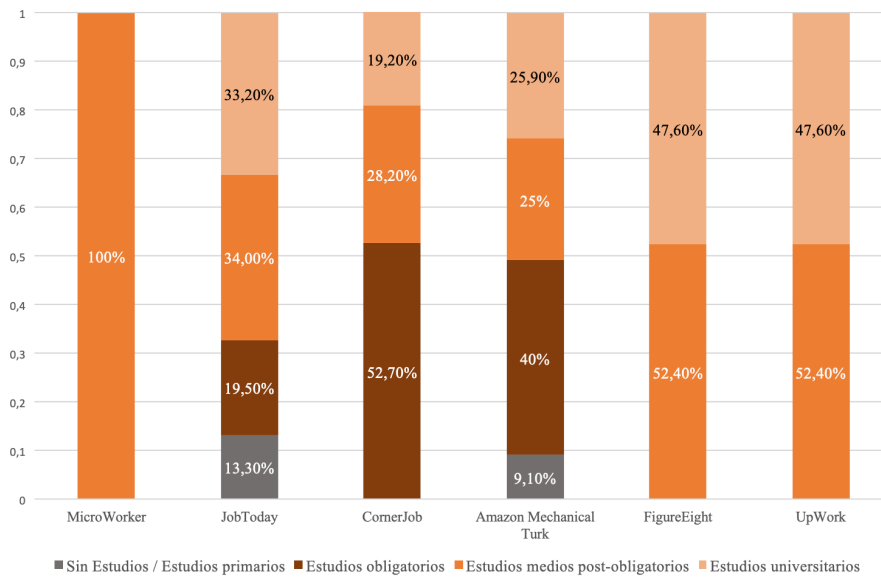
De las 238 personas que conocen estas plataformas en general, la más reconocida es Glovo (**Gráfico 3**), ya que más de la mitad de los encuestados la reconocen (58,3%), seguida de JustEat (50,70%) y Uber (41,8%). Tan solo un 15% de los encuestados conoce Amazon Mechanical Turk, por lo que predominan las plataformas destinadas al transporte humano y de mercancía (principalmente comida). El motivo por el que plataformas como Lyft, que ofrece un servicio muy similar a Uber, no es tan reconocida (tan solo un 1,80% de aquellos que conocen las plataformas) es la disponibilidad de la misma, muchas veces basada en criterios geográficos.

**Gráfico 3:** Conocimiento de las diferentes plataformas digitales de trabajo



Si analizamos el conocimiento específico de las plataformas dedicadas al empleo (búsqueda y uso) relacionado con el nivel de estudios del encuestado, observamos en el **Gráfico 4** que aquellas personas con estudios post-obligatorios o universitarios las conocen con mayor asiduidad. Las personas sin estudios o con estudios primarios no conocen la mayoría de estas plataformas, y solo el 9,1% de los que sí que conocen Amazon Mechanical Turk pertenecen a este grupo.

**Gráfico 4:** Conocimiento de las plataformas digitales de trabajo según el nivel de estudios

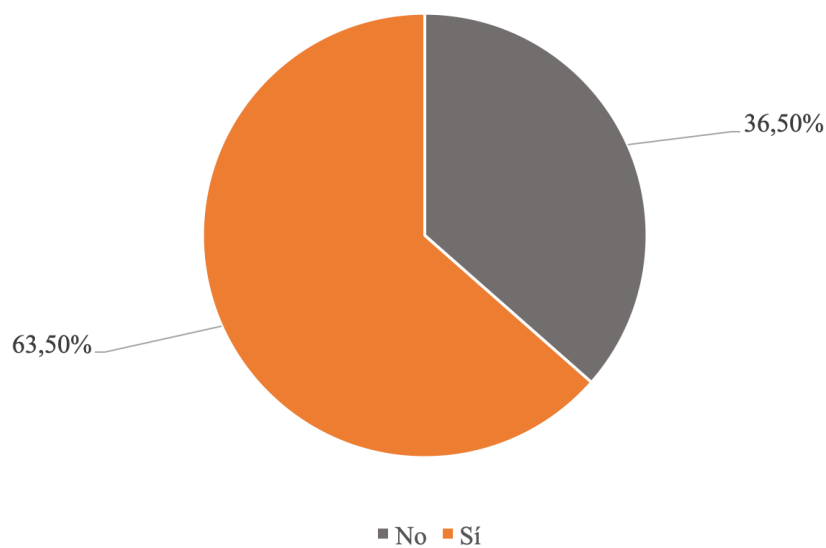


### 2.3.2. Uso de las plataformas digitales de trabajo

A continuación, se procederá a comentar los resultados obtenidos en el apartado relacionado con el uso de estas plataformas. Primero se observará el uso que se hace como consumidor, para después analizar a aquellos que las usan como método de obtención de ingresos.

#### 2.3.2.1. Uso de las plataformas digitales de trabajo como consumidor

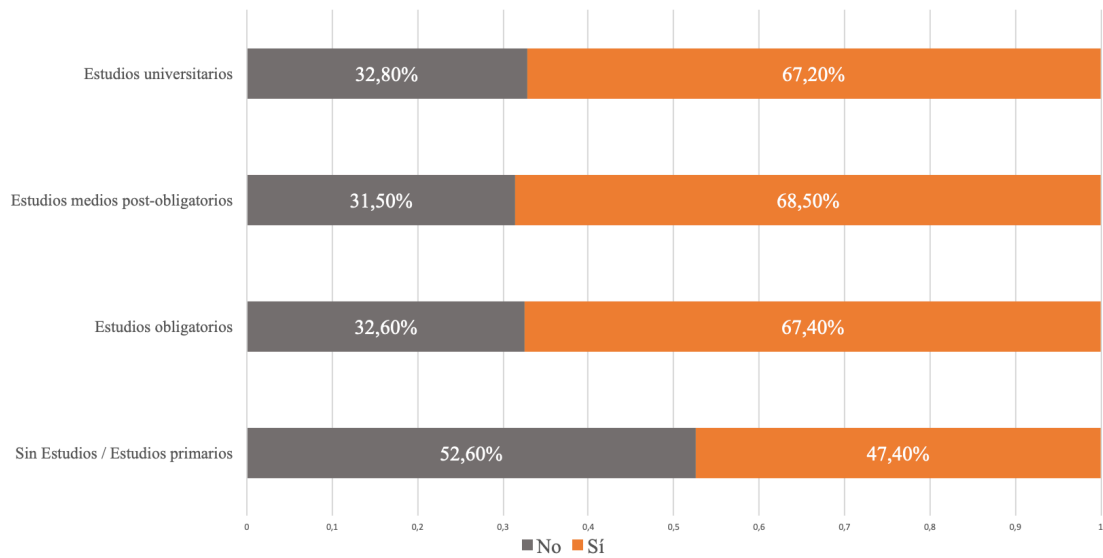
**Gráfico 5:** Uso como consumidor de las plataformas digitales de trabajo



La mayoría de los encuestados (un 63,5%) han utilizado como consumidores estas plataformas, lo que supone 237 personas (**Gráfico 5**).

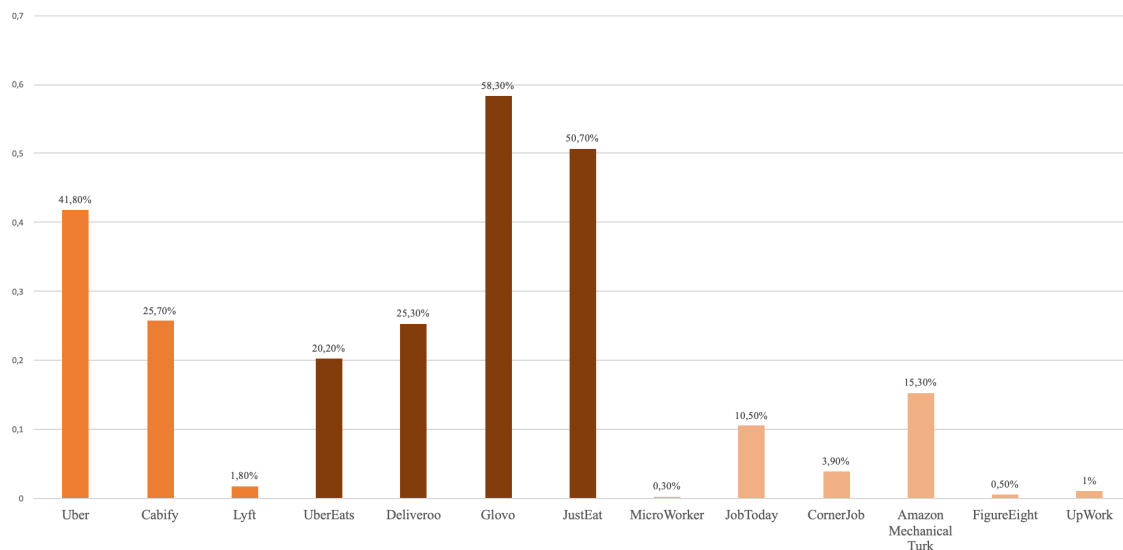
El uso como consumidor aumenta conforme lo hace el nivel de estudios: menos de la mitad de los encuestados sin estudios o con estudios primarios (47,4%) han usado las plataformas, mientras que este porcentaje aumenta hasta el 67,2% para aquellos con estudios universitarios finalizados (**Gráfico 6**).

**Gráfico 6:** Uso como consumidor de las plataformas digitales de trabajo según el nivel de estudios



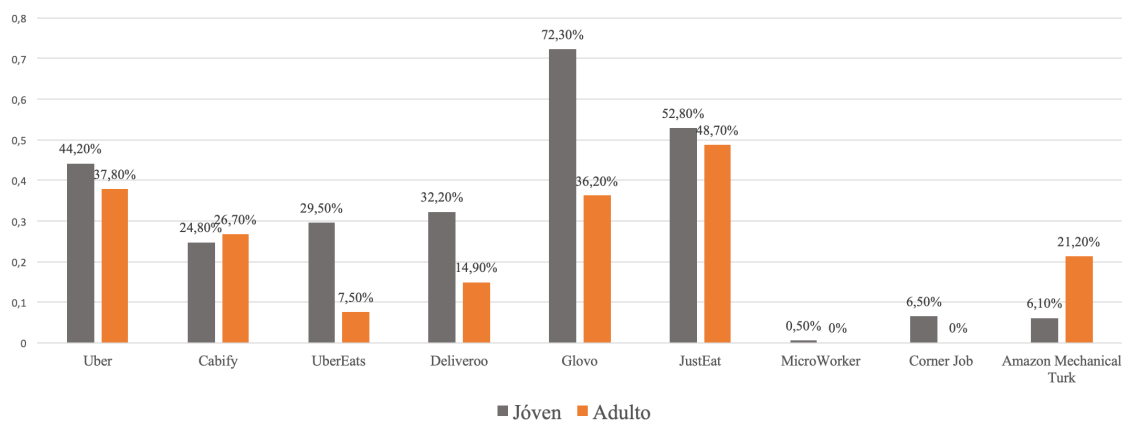
Si observamos el uso que se hace como consumidor de las distintas plataformas (**Gráfico 7**), vemos que aquellas más usadas son de nuevo, las relacionadas con el transporte de personas (41,8% de encuestados han utilizado Uber) o de mercancías, con más de la mitad de encuestados habiendo utilizado Glovo o JustEat (58,3% y 50,7% respectivamente).

**Gráfico 7:** Uso como consumidor de las diferentes plataformas digitales de trabajo



Si analizamos estos datos según la edad (**Gráfico 8**), observamos que por lo general los jóvenes hacen más uso como consumidores de estas plataformas. La única plataforma que es utilizada en mayor medida por adultos que por jóvenes es Amazon Mechanical Turk, dedicada a *microtasking*. En el estudio desarrollado por FIDE y BBVA Research se aprecia también que casi la mitad de los trabajadores que en España prestan servicios a través de plataformas digitales son jóvenes de entre 16 y 34 años.

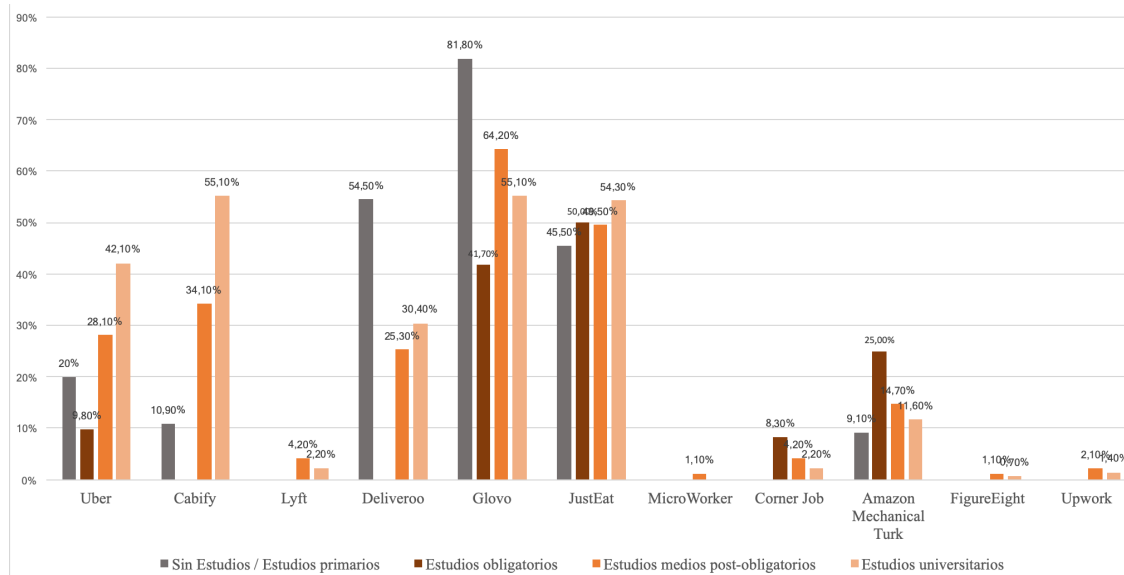
**Gráfico 8:** Uso como consumidor de las diferentes plataformas digitales de trabajo según la edad



Si analizamos estos mismos datos según el nivel de estudios del encuestado (**Gráfico 9**) observamos dos tendencias dependiendo del tipo de plataforma a la que nos refiramos. En primer lugar, para aquellas destinadas al transporte de personas (Uber, Cabify) el consumo aumenta conforme lo hace el nivel de estudios. Sin embargo, para aquellas

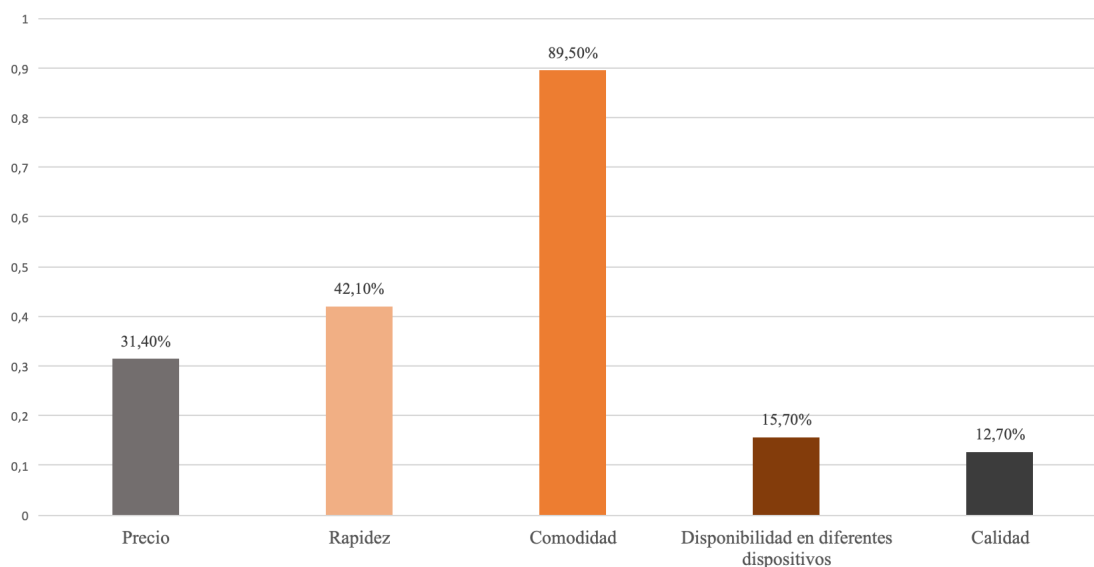
destinadas al transporte de mercancía y comida (Deliveroo, Glovo, JustEat) esta tendencia desaparece, llegando a revertirse en ocasiones.

**Gráfico 9:** Uso como consumidor de las diferentes plataformas digitales de trabajo según el nivel de estudios



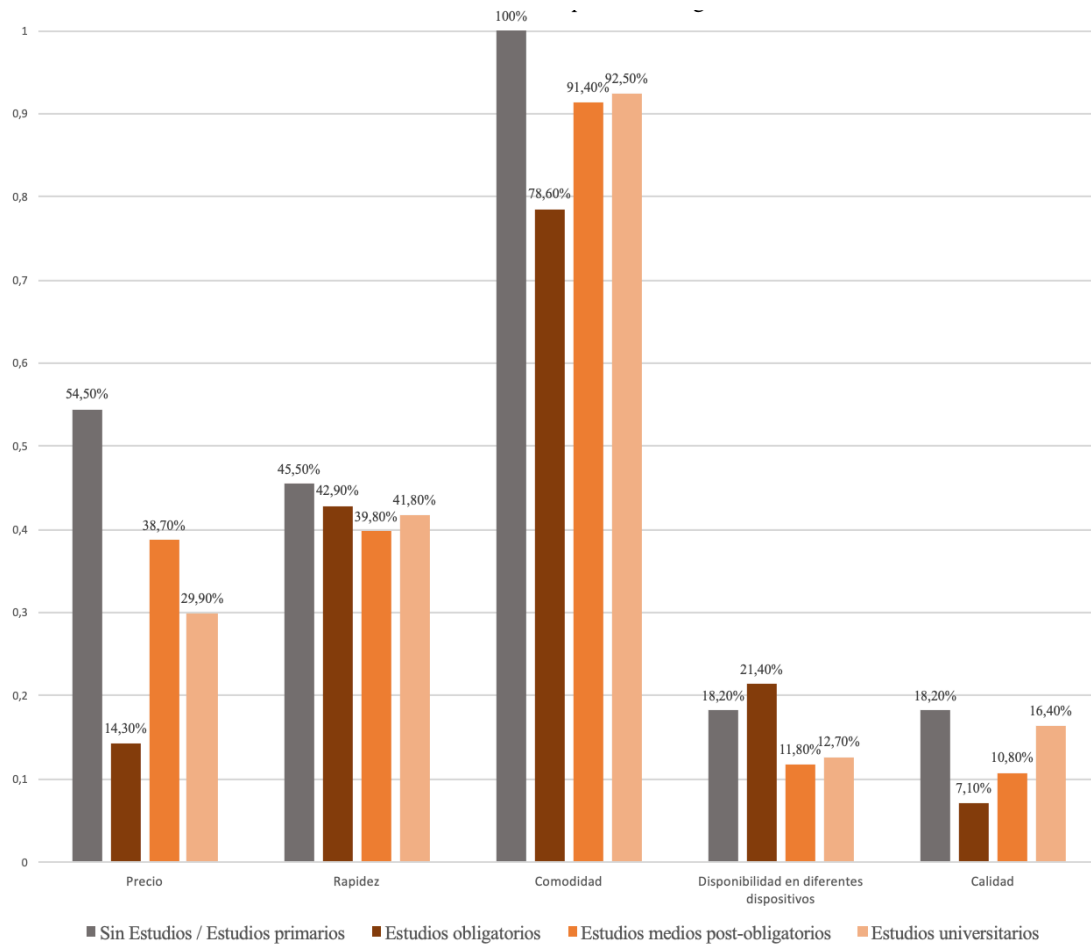
A continuación, se ha preguntado a los consumidores de estas plataformas por los motivos que han llevado a su uso (**Gráfico 10**). Observamos que la razón principal de dicho uso es la comodidad que ofrecen, ya que el 89,50% lo han elegido como razón, mientras que otras como la rapidez o el precio caen hasta el 42,1% y el 31,4% respectivamente.

**Gráfico 10:** Motivos de uso como consumidor de las plataformas digitales de trabajo



En el siguiente gráfico se observan las diferencias existentes en esta pregunta dependiendo del nivel de estudios del encuestado.

**Gráfico 11:** Motivos de uso como consumidor de las plataformas digitales de trabajo según el nivel de estudios

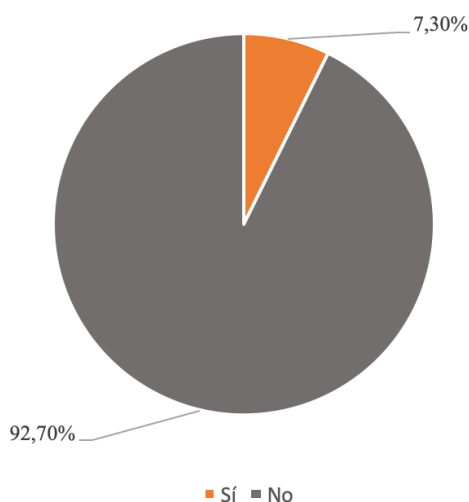


En el **Gráfico 11** se observa que en factores como la rapidez, el nivel de estudios apenas influye. Sin embargo, en el precio podemos ver una tendencia: a mayor nivel de estudios, menos se realiza el consumo debido al precio, pasando de un 54,5% de personas sin estudios o con estudios primarios que lo han elegido como motivo, a la mitad, un 29,9% para aquellos con estudios universitarios.

### 2.3.2.2. Uso de las plataformas digitales de trabajo como trabajador

A continuación, se analizará el uso de estas plataformas desde el punto de vista del trabajador. Tan solo veinticinco personas del total de 383 encuestadas usan estas plataformas como vía de ingresos, lo que representa un 7,3% de la muestra (**Gráfico 12**).

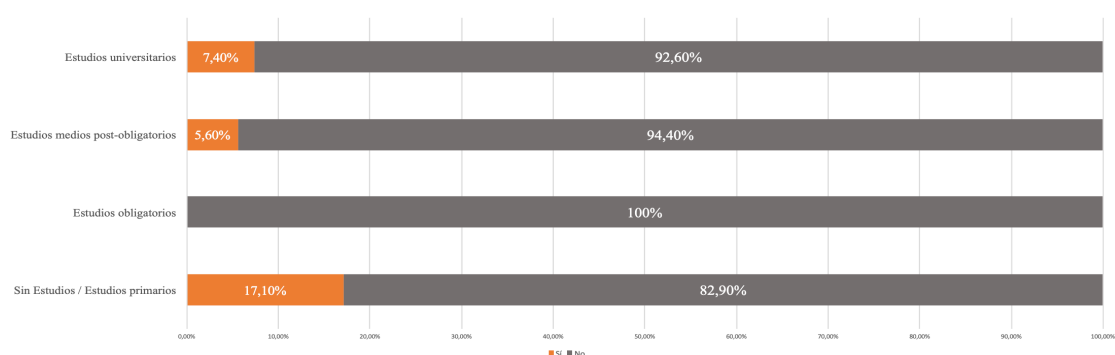
**Gráfico 12:** Uso como trabajador de las plataformas digitales de trabajo



Si comparamos estos datos con los ofrecidos por el informe desarrollado por el FIDE, vemos que frente al 15% que ya prestan servicios, aunque sea de manera complementaria o esporádica, el 7,3% es apenas la mitad. Esto puede ser debido, como se explicará en el apartado de limitaciones, a que la muestra es muy diferente, pero también a que en este estudio se da una descripción de plataforma digital de trabajo más amplia que en la encuesta.

A continuación, se han encontrado diferencias al analizar estos datos según el nivel de estudios.

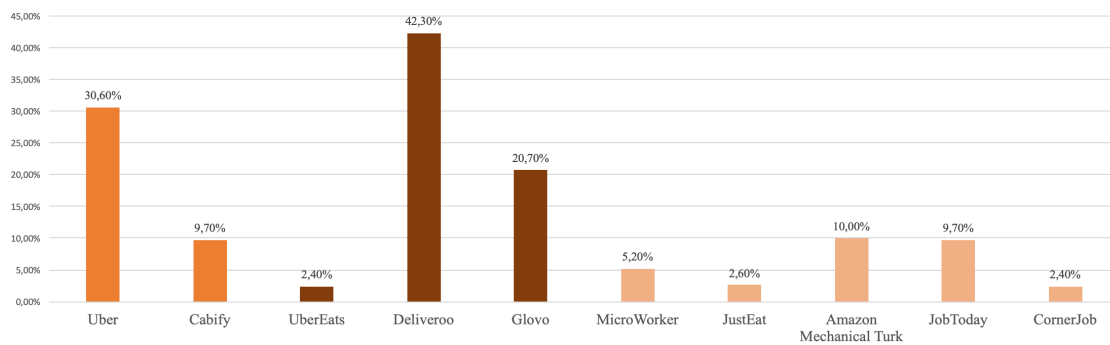
**Gráfico 13:** Uso como trabajador de las plataformas digitales de trabajo según el nivel de estudios



La mayoría de personas que utilizan estas plataformas como vía de ingresos no tienen estudios, o solo tienen estudios primarios (17,1%). Sin embargo, encontramos que un 7,4% de personas con estudios universitarios las utilizan también con esta finalidad (**Gráfico 13**), por lo que resulta muy interesante hacer un análisis de en qué plataformas se trabaja, específicamente.

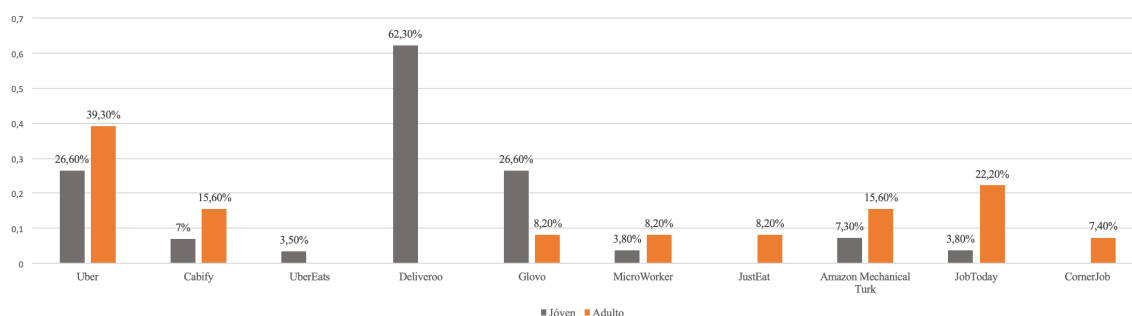


**Gráfico 14:** Uso como trabajador de las diferentes plataformas digitales de trabajo



En el **Gráfico 14** se puede observar como, nuevamente, las plataformas en las que los encuestados trabajan más son Deliveroo (42,3%) y Uber (30,6%). Quedan relegadas a un segundo plano aquellas destinadas a la búsqueda de trabajo o *microtasking*, con tan solo un 10% de trabajadores en Amazon Mechanical Turk. Estas plataformas de *microtasking* son las estudiadas en el estudio llevado a cabo por la Organización Internacional del Trabajo, en el que los trabajadores de las plataformas digitales cuentan con altos niveles de estudios: menos del 18 por ciento tenía estudios secundarios o menos, mientras que un cuarto de los participantes había obtenido un certificado técnico o había cursado estudios universitarios, el 37 por ciento había completado un grado universitario y el 20 por ciento un posgrado. Por tanto, vemos como la distribución es relativamente clara: los trabajadores con menor nivel de estudios se dedican a las plataformas inferiores en la clasificación de Albert Cañigueral, mientras que aquellos con mayor nivel de estudios realizan labores más complejas, correspondientes a niveles más altos de esta clasificación.

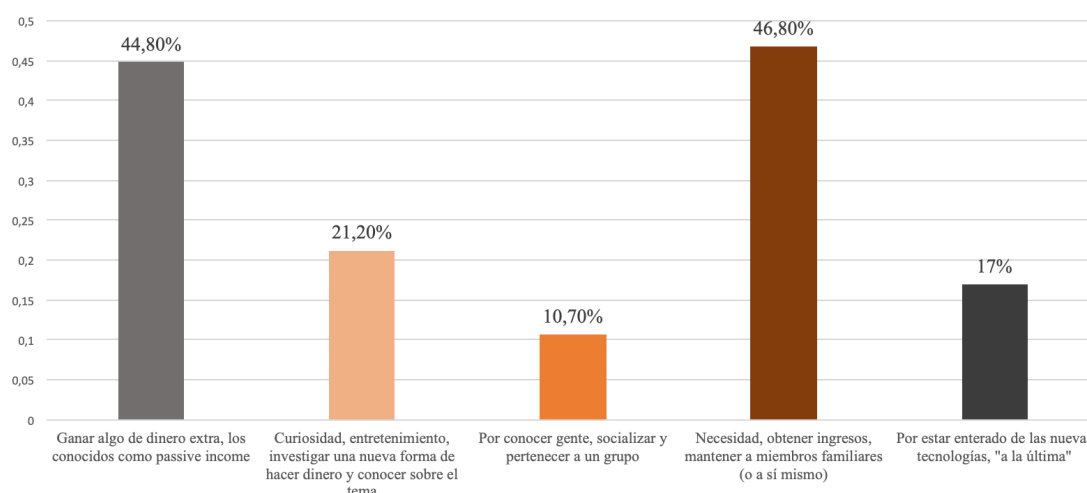
**Gráfico 15:** Uso como trabajador de las diferentes plataformas digitales de trabajo según la edad



Si observamos el **Gráfico 15**, vemos que la división según el grupo de edad al que se pertenece es muy clara en algunos casos. En plataformas destinadas al transporte de personas predomina un perfil más adulto (39,3% frente a 26,6% en Uber y 15,6% frente a 7% en Cabify), así como en aquellas destinadas a la búsqueda de empleo o *microtasking*, en las que en todas hay más adultos que jóvenes. Sin embargo, en aquellas destinadas al

transporte de mercancías (los conocidos como *riders*), predomina un perfil más joven, con un 62,3% de jóvenes frente a un 0% de adultos en Deliveroo, o un 26,6% frente a un 8,2% en Glovo. Los trabajos realizados por riders requieren en ocasiones resistencia y fuerza, ya que se suelen realizar en transporte como la bicicleta, con jornadas intensas de trabajo.

**Gráfico 16:** Motivos de uso como trabajador de las plataformas digitales de trabajo



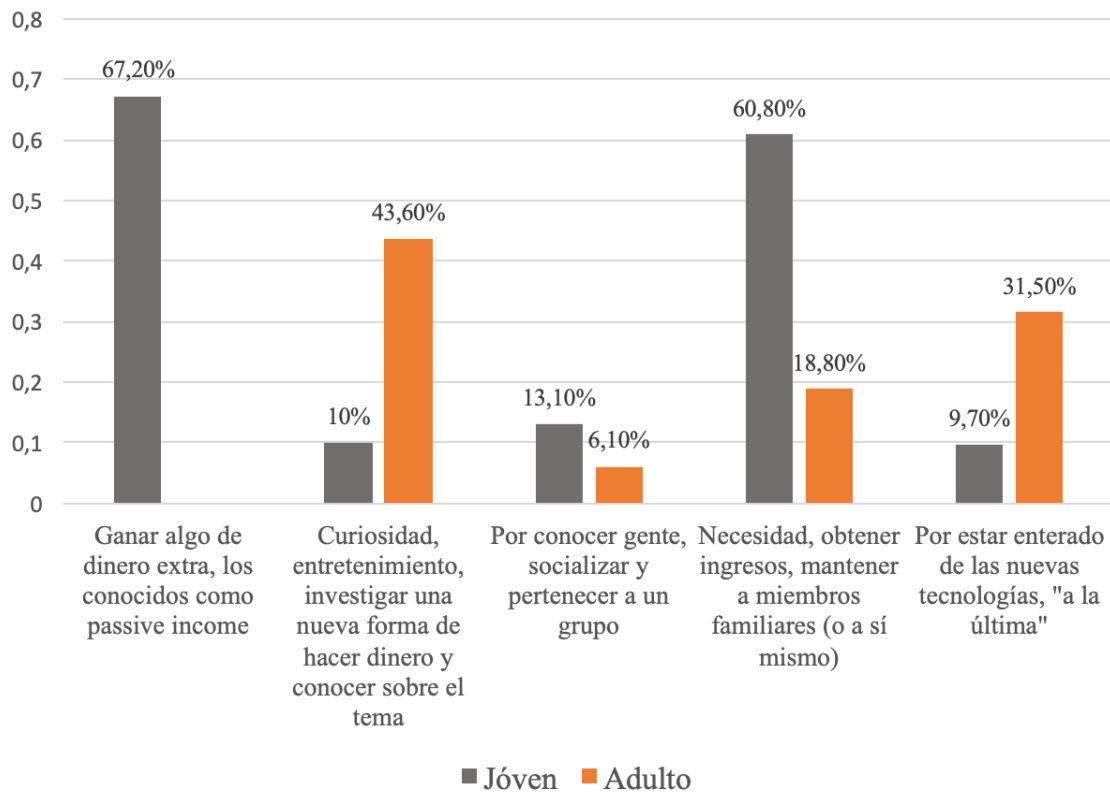
A continuación, se ha preguntado por los motivos por los que se utilizan estas plataformas como medio para obtener ingresos (**Gráfico 16**). Se observa que los motivos principales son aquellos de índole económica, bien sea como necesidad de obtener ingresos (46,8%) o para ganar dinero extra como *passive income* (44,8%). Quedan relegados a un segundo plano los motivos ociosos o sociales. En la investigación llevada a cabo por la Organización Internacional del Trabajo (en la cual solo se tienen en cuenta las plataformas dedicadas a los microtrabajos), los dos motivos más recurrentes fueron «complementar la remuneración recibida por otros trabajos» (32 por ciento) y «preferencia por trabajar en casa» (22 por ciento).

También se han observado las diferencias en estas respuestas dependiendo de la edad del encuestado y de su nivel de estudios.

En primer lugar, al relacionar los motivos de trabajo en estas plataformas con la edad del encuestado (**Gráfico 17**), vemos que los motivos económicos de los que ya se han hablado en el gráfico anterior se imponen para aquellas personas pertenecientes al intervalo de edad más joven, con más de 50 puntos porcentuales de diferencia con aquellos de mayor edad. Sin embargo, los adultos han marcado motivos como el

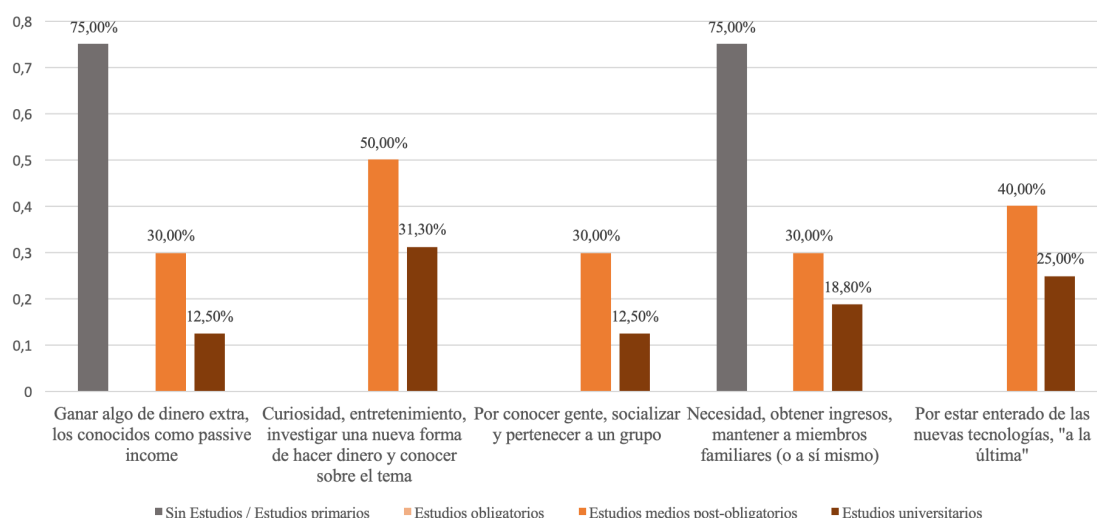
conocimiento sobre el tema, la curiosidad o la tecnología de mayor manera que los jóvenes.

**Gráfico 17:** Motivos de uso como trabajador de las plataformas digitales de trabajo según la edad



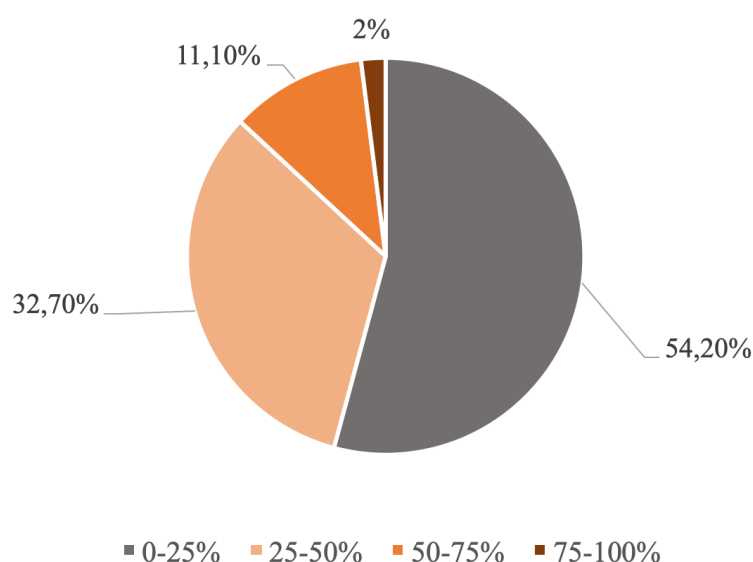
Al observar estos mismos datos según el nivel de estudios (**Gráfico 18**), observamos que aquellas personas con menor nivel de estudios finalizados son las que utilizan estas plataformas como trabajadores por motivos económicos (75%). El mayor motivo para las personas con estudios universitarios es la curiosidad (31,3%) y la tecnología (25%).

**Gráfico 18:** Motivos de uso como trabajador de las plataformas digitales de trabajo según el nivel de estudios



Por último dentro de este apartado, se ha preguntado a aquellas personas que sí utilizan estas plataformas como vía de ingresos, cuanto porcentaje de su salario representa su trabajo en estas plataformas digitales. En el **Gráfico 19** podemos ver como para la mayoría de encuestados que trabajan en estas plataformas (76,9%), éstas representan menos de la mitad de sus ingresos mensuales, por lo que podemos decir que su uso es residual. Tan solo el 2% perciben más del 75% de su salario de estas plataformas.

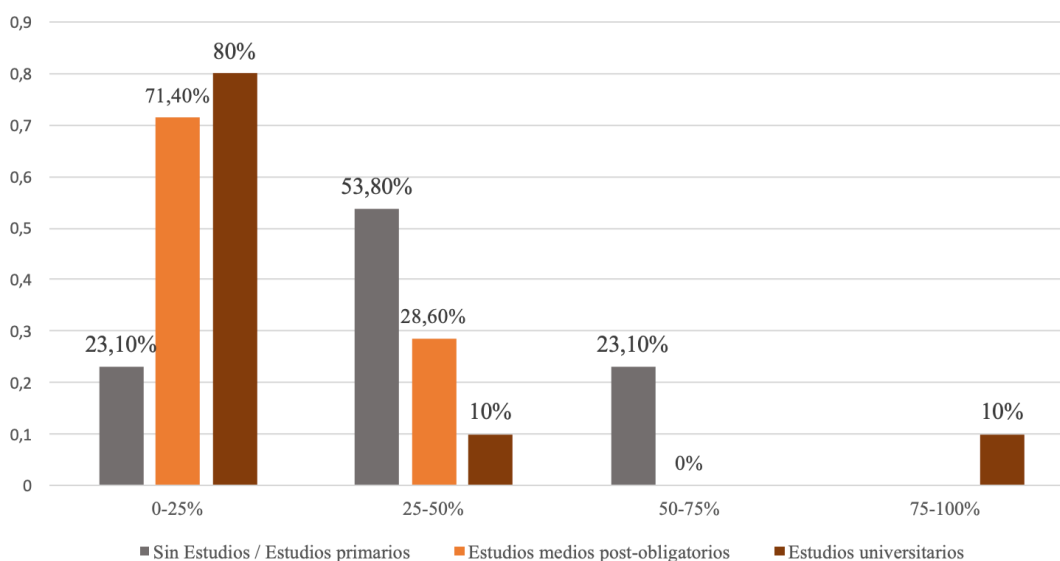
**Gráfico 19:** Porcentaje de sueldo de los trabajadores de las plataformas digitales de trabajo



Si observamos estos mismos datos desglosados según el nivel de estudios completado del trabajador (**Gráfico 20**), vemos que, para aquellas personas sin estudios, este tipo de

trabajos representa mayormente la mitad de sus ingresos, mientras que aquellos con estudios post-obligatorios o universitarios, representa, por norma general, menos del 25% de su salario. En el estudio realizado por la Fundación para la Investigación sobre el Derecho y la Empresa observamos que en España únicamente un 2% de los trabajadores lo tienen como principal trabajo.

**Gráfico 20:** Porcentaje del sueldo de los trabajadores de las plataformas digitales de trabajo según el nivel de estudios



Analizando estos datos según el grupo de edad perteneciente del trabajador (**Gráfico 21**), vemos como para los más adultos el uso de estas plataformas es residual (un 80% recibe menos del 25% de sus ingresos de ellas). Sin embargo, cuando observamos el grupo entre 15 y 34 años, este porcentaje es la mitad. Encontramos respuestas más polarizadas en el grupo adulto, ya que un 10% obtiene la mayoría de sus ingresos (más del 75%) de estas plataformas, mientras que no hay un solo encuestado del grupo joven que lo haga. Vemos pues como este porcentaje está más distribuido en el grupo de los jóvenes.

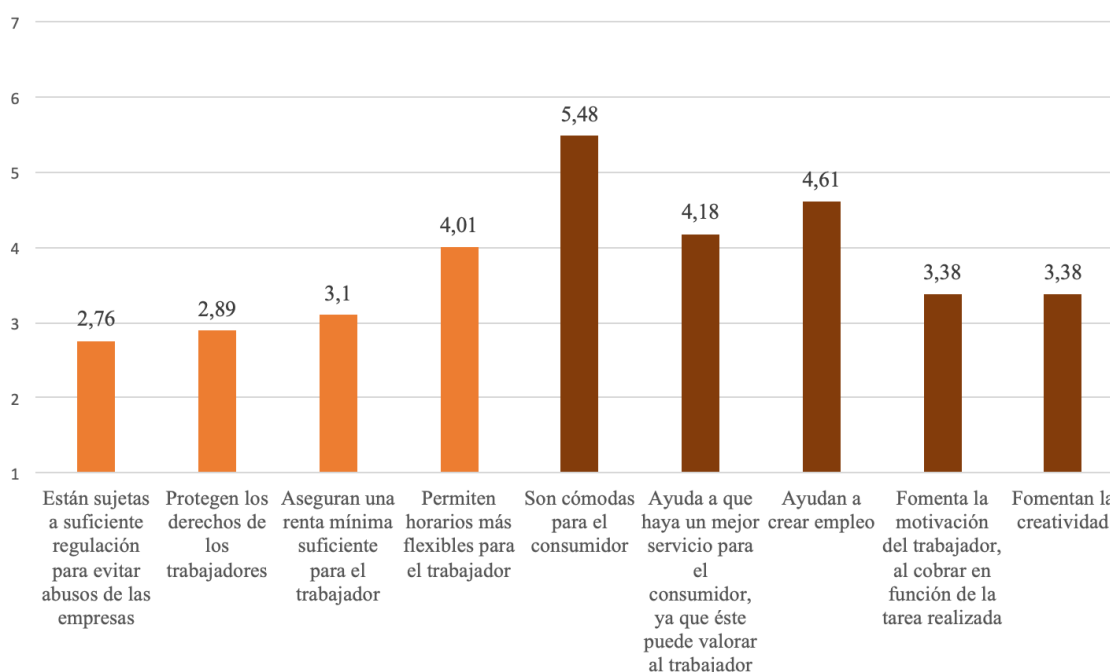
**Gráfico 21:** Porcentaje de sueldo de los trabajadores de las plataformas según la edad



### 2.3.3. Opinión de las plataformas digitales de trabajo

Por último, en la encuesta se ha preguntado por la opinión que se tiene de estas plataformas en aspectos como la comodidad de su uso, la precarización de los trabajadores o la creatividad que genera. En el **Gráfico 22** podemos observar la media de estas puntuaciones, entre 1 y 7.

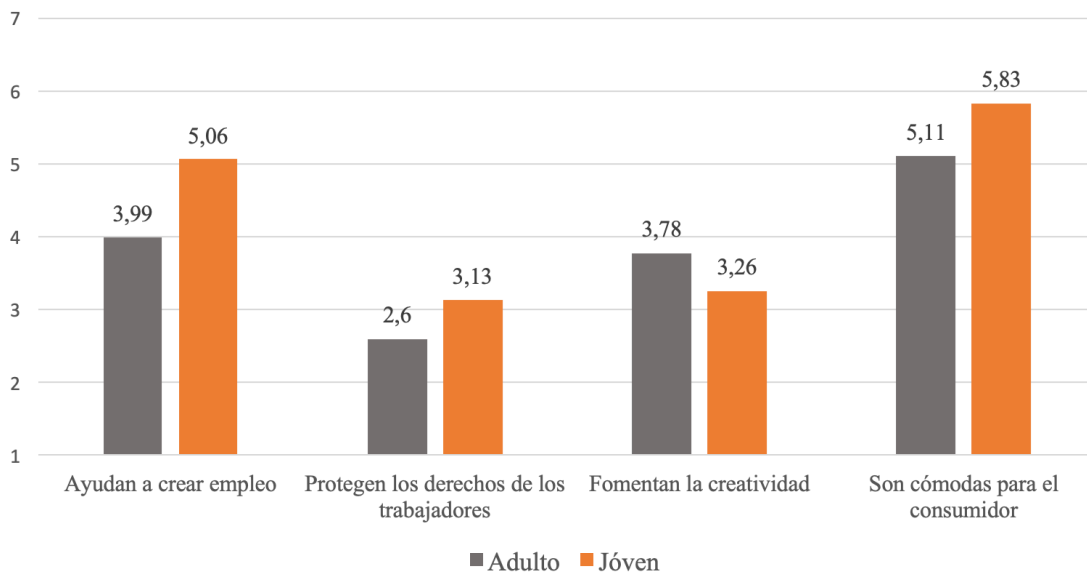
**Gráfico 22:** Opinión de las plataformas digitales de trabajo



La media más alta, con una puntuación de 5,48 sobre 7, es la comodidad que estas plataformas ofrecen al usuario. Además, las siguientes con mayor puntuación también son aquellas sobre la creación de empleo y la mejora del servicio basada en la valoración del consumidor al trabajador ventajas. Las medias más bajas las encontramos en asuntos como la regulación de estas plataformas, los derechos de los trabajadores o sus salarios.

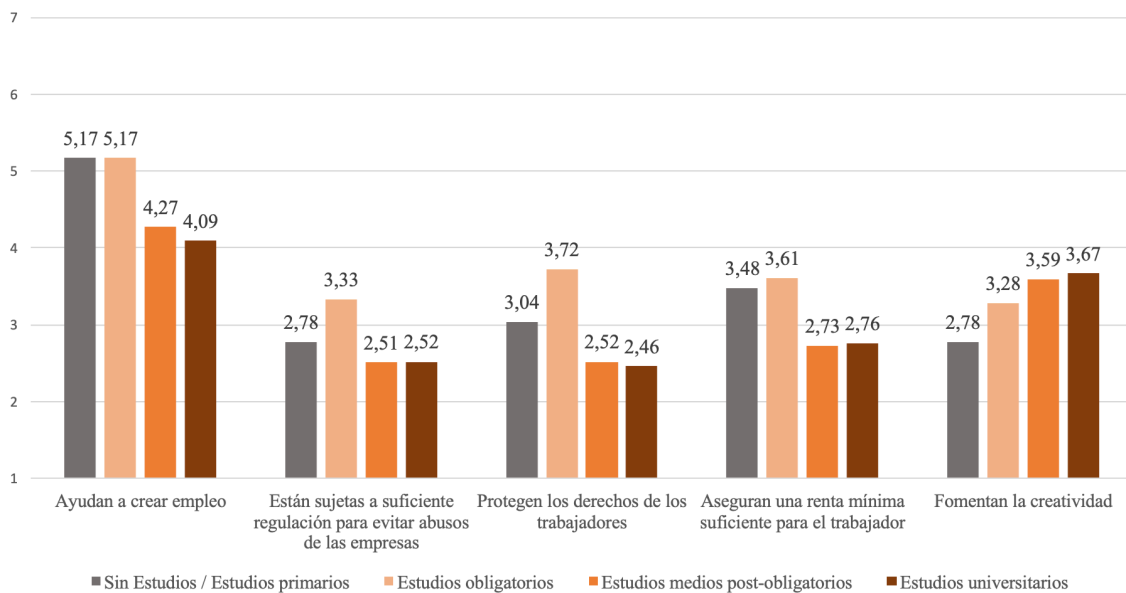
Analizando las diferencias entre medias según la edad (**Gráfico 23**), encontramos diferencias en algunas afirmaciones.

**Gráfico 23:** Opinión de las plataformas digitales de trabajo según la edad



Mientras que los más jóvenes creen que estas plataformas ayudan a crear empleo, protegen los derechos de los trabajadores y son cómodas para el consumidor con más intensidad que los adultos, éstos creen que fomenta más la creatividad.

**Gráfico 24:** Opinión de las plataformas digitales de trabajo según el nivel de estudios



Observando estas diferencias por el nivel de estudios del encuestado (**Gráfico 24**), encontramos también algunas diferencias. A mayor nivel de estudios, menos se piensa que estas plataformas ayudan a crear empleo (pasando la media de 5,17 a 4,09). Sin embargo, a mayor nivel de estudios, más se opina que estas plataformas fomentan la creatividad (pasando la media de 2,78 a 3,67).

Pese a la conveniencia de realizar un análisis cruzado entre la opinión de estas plataformas en relación a si se ha trabajado o no en ellas, no se ha encontrado una correlación estadísticamente significativa, por lo que no se ha incluido en este apartado. Esto también ocurre para todos aquellos cruces con la variable género, o con todas aquellas que no aparecen, como la independencia económica.



## CAPÍTULO 3: CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

### 3.1. Conclusiones

Vivimos un momento de grandes cambios en muchos ámbitos de nuestra vida cotidiana. Nos relacionamos de manera diferente, consumimos de manera diferente, nos movemos de manera diferente. Esto es debido principalmente a cambios en la tecnología y en el mercado laboral. Estos cambios han provocado la aparición de las llamadas plataformas digitales de trabajo.

Estas plataformas tienen en común la irrelevancia de la localización geográfica, el papel central que juegan las plataformas digitales, la importancia de los efectos de red y el uso de Big Data. Bajo estas premisas podemos encontrar multitud de empresas y plataformas, que ofrecen una gran variedad de servicios.

Algunos de estos son los micros servicios como Amazon Mechanical Turk o MicroWorker, donde cualquier persona puede acceder y ganar un poco de dinero a cambio de tareas sencillas y repetitivas. Los más conocidos son aquellos denominados bajo demanda, como Uber o JustEat, donde el usuario paga para que una persona realice un servicio (en este caso transporte de personas o alimentos) a través de Internet. Además, podemos encontrar plataformas enfocadas a los trabajadores de cuello azul, como CornerJob o JobToday, que ofrecen una alternativa digital a las empresas de trabajo temporal. Por último, también se pueden encontrar plataformas de búsqueda de *freelancers* e incluso de trabajadores de cuello blanco. Dependiendo de en qué categoría nos encontremos de las cuatro mencionadas, nos encontraremos con salarios más altos y menor precarización y diferenciación.

El estudio “Las plataformas digitales y el futuro del trabajo” (Bergs et al, 2019) es una buena primera aproximación para entender cuál es el estado actual de estas plataformas: es de alcance global, se centra en plataformas dedicadas a la asignación de microtareas y desarrolla el aspecto económico de las mismas.

La segunda tanda de respuestas de la encuesta COLLEEM “New evidence on platform workers in Europe” (Urzi et al, 2020) da una mejor visión de la situación de las plataformas digitales de trabajo en dieciséis Estados miembros de la UE (entre ellos España). Al utilizar una descripción más amplia de las plataforma, se adapta mejor a las categorías descritas anteriormente. En el estudio observamos a un 18% de encuestados

que trabaja en estas plataformas, con una edad media de 35,9 años. La mayoría de los trabajadores cobran en función de la tarea realizada.

Sin embargo, en esta encuesta no se tratan temas subjetivos como la opinión que se tiene de estas plataformas, ni ofrece una visión estatal específica, ni mucho menos regional.

Con el objetivo de estudiar el conocimiento, uso y opinión de los aragoneses de las plataformas digitales de trabajo, comparándolo con otros perfiles, se ha realizado una encuesta de manera telemática. Esta encuesta ha recibido 383 respuestas y consta de cuatro secciones: tres dedicadas al estudio de las plataformas digitales de trabajo y una destinada a conocer datos que permitan segregar según variables sociodemográficas.

Las tres secciones dedicadas a las plataformas digitales son: conocimiento de estas plataformas, uso de las mismas (como consumidor y como trabajador), así como los motivos que han llevado a ese uso, y la opinión que se tienen de ellas.

Las variables demográficas a utilizar son el género, la edad (separada de 15 a 34 años y de 35 a 59) y el nivel de estudios (en cuatro segmentos).

Comenzando con el análisis, de media el 71,6% de encuestados conocen estas plataformas, porcentaje que aumenta conforme lo hace el nivel de estudios. Las plataformas más conocidas son Glovo, JustEat y Uber, con casi la mitad de encuestados. Las personas jóvenes conocen en mayor medida estas plataformas, aunque el porcentaje de conocimiento es mayor en Amazon Mechanical Turk (destinada a microtarefas).

Un 63,5% de los encuestados ha utilizado como consumidor estas plataformas. Cuando no se tiene independencia domiciliaria se usan menos estas aplicaciones. Además, nuevamente el porcentaje de uso aumenta conforme lo hace el nivel de estudios.

Al preguntar por los motivos de uso como consumidor de las plataformas digitales de trabajo, la razón principal es la comodidad que ofrecen, ya que el 89,50% lo han elegido como motivo, mientras que la rapidez del servicio o el precio caen hasta el 42,1% y el 31,4% respectivamente.

Pasando al análisis de los trabajadores de estas plataformas, tan solo 25 personas del total de 383 encuestadas usan estas plataformas como vía de ingresos, lo que representa un 7,3% de la muestra. De éstas, observamos que cuando el encuestado no vive con sus progenitores, es más propenso a trabajar en alguna de estas plataformas (el porcentaje de trabajadores sube del 3,7% al 9,5%). Además, el uso como trabajador tiene una relación

inversa con el nivel de estudios del encuestado, por lo que a mayor nivel de estudios, menor probabilidad de trabajar en estas plataformas.

Las plataformas más utilizadas para trabajar son Deliveroo (42,3%) y Uber (30,6%). Analizando estos datos según la edad, observamos que en plataformas destinadas al transporte de personas, búsqueda de empleo o *microtasking* predomina un perfil más adulto, mientras que en aquellas destinadas al transporte de mercancías (los conocidos como *riders*), predomina un perfil más joven, con un 62,3% de jóvenes frente a un 0% de adultos en Deliveroo, o un 26,6% frente a un 8,2% en Glovo. Los trabajos realizados por *riders* son muy exigentes y están envueltos en constantes polémicas relacionadas con la precariedad, los derechos laborales de sus trabajadores y los abusos de las plataformas de las que forman parte.

Los motivos por los que se utilizan estas plataformas como medio para obtener ingresos son aquellos de índole económica, bien sea como necesidad de obtener ingresos (46,8%) o para ganar dinero extra como *passive income* (44,8%). Estos datos varían según la edad, encontrándonos motivos lúdicos y sociales para aquellos más adultos. También encontramos variaciones según el nivel de estudios: aquellas personas con menor nivel de estudios finalizados son las que utilizan estas plataformas por motivos económicos (75%). Para la mayoría de encuestados que trabajan en estas plataformas (76,9%), éstas representan menos de la mitad de sus ingresos mensuales, aunque la generación más joven obtiene más porcentaje de sus ingresos de estas plataformas.

Por último, se puede afirmar que la opinión que se tienen de las plataformas digitales de trabajo es positiva en líneas generales. Aspectos como la comodidad, la creación de empleo y la mejora del servicio ofrecido han sido valorados de manera positiva, tanto de manera general como al diferenciar según la edad. Otros aspectos como la protección de los trabajadores o la creatividad que estas plataformas ofrecen han sido más castigados y valorados de peor manera.

Para entender de manera más sencilla y gráfica los resultados de esta encuesta, se ofrece en el Anexo III, una infografía que también ha sido enviada a aquellos encuestados que marcaron la opción de recibir más información acerca de este trabajo.

Las plataformas digitales de trabajo están, poco a poco, cambiando nuestro mercado laboral. Debemos ser conscientes no solo del cambio, sino también de las implicaciones que esto tiene en nuestro sistema social, además de los efectos sobre cada uno de nosotros.

### **3.2. Limitaciones del estudio**

En primer, debido a la crisis sanitaria del Covid-19, la encuesta que se ha desarrollado ha sido no presencial, y se ha realizado mediante Google Forms, cuando en un mejor escenario hubiera sido muy positivo realizar encuestas a pie de calle, e incluso entrevistas en las que dejar que los participantes se expresaran de manera extensa. Pese a que se podían incluir respuestas y opciones que no aparecían listadas, es más fácil dar ideas y expresarse hablando que escribiendo. Relacionado con este punto encontramos la muestra. Debido a que la difusión de la encuesta se ha realizado mediante Whatsapp, Twitter y LinkedIn, encontramos intervalos de edad que difieren de los reales de la población aragonesa, además de algún dato que no corresponde con personas que habiten en esta comunidad. Bien es cierto que la muestra se ha ponderado según el nivel de estudios, por lo que los resultados que aparecen respecto a esta variable son los más fiables, aunque no lo sean tanto los segmentados según otras variables sociodemográficas. Por último, en el análisis efectuado de las plataformas, no se tienen en cuenta las cinco categorías descritas de plataformas digitales de trabajo, centrándonos únicamente en las dos inferiores. Pese a que esto permite un análisis más exhaustivo de este tipo de plataformas, que además son las más utilizadas, tanto por consumidores como por trabajadores, no permite dar una imagen representativa de todos los tipos de plataformas existentes y su situación en la sociedad aragonesa.

### **3.3. Continuidad del estudio**

En último lugar, se ofrecen a continuación, diferentes formas en las que este estudio podría tener continuidad, para indagar en las cuestiones ya descritas desde otras perspectivas o agrandar el tema de estudio, dando lugar a un mayor alcance del mismo. Ampliando el estudio, se podría realizar un análisis utilizando diferentes técnicas metodológicas para alcanzar todas las categorías desarrolladas en la Ilustración 1. De esta manera, complementando a este trabajo, se propone la siguiente distribución: encuestas para aquellos trabajadores bajo demanda y micro trabajadores (ya desarrollados en este trabajo), grupos de discusión para los trabajadores de cuello azul, cuello blanco y *freelancers*, y entrevistas en profundidad para los llamados especialistas. De esta manera se podría analizar de manera más completa el impacto de las plataformas digitales de trabajo en Aragón, al contar con distintos tipos de metodología dependiendo del perfil de plataforma analizado.

## BIBLIOGRAFÍA

ABC (2015): “Lo que los menores pueden hacer legalmente a partir de los 14 años.” <https://www.abc.es/familia-padres-hijos/20150930/abci-capacidad-obrar-201509291938.html> [Junio, 2020]

BAUMOL, W. (2012): *The Cost Disease: Why Computers Get Cheaper and Health Care Doesn't*. Nueva York.

BBVA (2018): “¿Menor de 35 años? Beneficiate de ayudas para el alquiler o compra de un piso.” <https://www.bbva.com/es/menor-35-anos-beneficiate-ayudas-alquiler-compra-piso/> [Abril, 2018]

CAÑIGUERAL, A. (2019): *El mercado laboral digital a debate: Plataformas, Trabajadores, Derechos y WorkerTech*. Madrid.

CJE (2020): “¿Por qué el voto a los 16?” <http://www.cje.org/es/en-que-trabajamos/asociacionismo-juvenil-y-participacion-social/que-proponemos/por-que-el-voto-a-los-162/> [Junio, 2020]

DELOITTE. (2019): *Societal discord and technological transformation create a “generation disrupted”*.

DOMÉNECH R., GARCÍA J. R., MONTAÑEZ, M. y NEUT A. (2017): *El Impacto del Cambio Tecnológico y el Futuro del Empleo*. Madrid.

EL PAÍS (2018): El Gobierno dará subvenciones al alquiler a menores de 35 años [https://elpais.com/economia/2018/03/07/actualidad/1520451620\\_248116.html](https://elpais.com/economia/2018/03/07/actualidad/1520451620_248116.html) [Marzo, 2018]

GINÈS, A. (2018): “Nuevas formas de trabajo en plataformas digitales.” [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/09/28/idearium/1538148949\\_174801.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/09/28/idearium/1538148949_174801.html) [Octubre, 2018]

HERNANDEZ, E. (2015): “Gig economy: el empleo actual desaparecerá y esto es lo que vendrá a sustituirlo.” [https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2015-07-30/gig-economy-el-empleo-actual-desaparecera-y-esto-es-lo-que-vendra-a-sustituirlo\\_947162/](https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2015-07-30/gig-economy-el-empleo-actual-desaparecera-y-esto-es-lo-que-vendra-a-sustituirlo_947162/) [Mayo, 2015]

MICROSOFT (2020): “¿Qué es SaaS? Software como servicio.” <https://azure.microsoft.com/es-es/overview/what-is-saas/> [Junio, 2020]

- OIT. (2019): *Las plataformas digitales y el futuro del trabajo*.
- PAC SALAS, D. (2009): *Trayectorias sociales de jóvenes en Zaragoza. Tesis doctoral. Universidad de Zaragoza*.
- RIMBAU-GIABERT, E. (2019). *Digitalización y bienestar de los trabajadores*. Barcelona.
- RODRIGUEZ, M. (2019). *Tecnología y transformaciones del empleo y del trabajo*. Castilla-La Mancha.
- SABADELL, D. (2020): “Los riders se reúnen con la ministra de Trabajo para exigir que se aplique la ley laboral.” <https://www.elsaltodiario.com/precariedad/riders-se-reunen-con-ministra-trabajo-ley-laboral> [Junio, 2020]
- SERRANO, M. (2019). *Digitalización, tiempo de trabajo y salud laboral*. Deusto, Bilbao.
- SRNICEK, N. (2017). *The challenges of platform capitalism: Understanding the logic of a new business model*.
- TRIONFETTI, M., BINGEN, A. y MARTINEZ E. (2019). *Estudio del impacto de las nuevas formas de trabajo sobre la salud de los trabajadores*. ULB, Bruselas.
- UNITED NATIONS (2015): “What is the ‘data revolution’?” <https://www.undatarevolution.org/data-revolution/> [Junio, 2020]
- URZÌ BRANCATI, C., PESOLE, A. y FERNÁNDEZ-MACÍAS, E. (2020): *New evidence on platform workers in Europe: Results from the second COLLEEM survey*. Luxemburgo.
- VALENDUC, G. y VENDRAMIN, P. (2016): *Work in the digital economy: sorting the old from the new*. Bruselas.
- ZAPATA, E. (2019): “El potencial del 'govtech' para revolucionar gobiernos y sociedades.” <https://www.technologyreview.es/s/11488/el-potencial-del-govtech-para-revolucionar-gobiernos-y-sociedades> [Septiembre, 2019]

## ANEXO I – Cuadros de resultados de SPSS

### Conocimiento de las plataformas digitales de trabajo

#### Conocimiento\_Término

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	106	28,4	28,4	28,4
	Sí	268	71,6	71,6	100,0
	Total	374	100,0	100,0	

### Conocimiento de las plataformas digitales de trabajo según el nivel de estudios

Tabla cruzada Conocimiento\_Término\*NivelEstudios

			NivelEstudios				Total
			Sin estudios / Estudios Primarios	Estudios Obligatorios	Estudios medios post-obligatorios	Estudios universitarios	
Conocimiento_Término	No	% dentro de Conocimiento_Término	34,3%	22,9%	23,8%	19,0%	100,0%
		% dentro de NivelEstudios	47,4%	27,6%	28,1%	16,7%	28,2%
		Residuo estandarizado	3,1	-,1	,0	-2,4	
			9,7%	6,5%	6,7%	5,4%	28,2%
Sí	% dentro de Conocimiento_Término	% dentro de Conocimiento_Término	15,0%	23,6%	24,0%	37,5%	100,0%
		% dentro de NivelEstudios	52,6%	72,4%	71,9%	83,3%	71,8%
		Residuo estandarizado	10,8%	16,9%	17,2%	26,9%	71,8%
			-2,0	,1	,0	1,5	

#### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	21,680 <sup>a</sup>	3	,000
Razón de verosimilitud	21,269	3	,000
Asociación lineal por lineal	18,723	1	,000
N de casos válidos	372		

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 21,45.

### Conocimiento de las diferentes plataformas digitales de trabajo

#### \$ConocimientoPlataformas frecuencias

		Respuestas N	Porcentaje de casos
Conocimiento de las plataformas <sup>a</sup>	Uso_Uber	99	41,8%
	Uso_Cabify	61	25,7%
	Uso_Lyft	4	1,8%
	Uso_UberEats	48	20,2%
	Uso_Deliveroo	60	25,3%
	Uso_Glovo	139	58,3%
	Uso_JustEat	121	50,7%
	Uso_MicroWorker	1	0,3%
	Uso_JobToday	25	10,5%
	Uso_CornerJob	9	3,9%
	Uso_AmazonMechanical Turk	36	15,3%
	Uso_FigureEight	1	0,5%
	Uso_UpWork	2	1,0%
	Total	607	255,2%

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

## Conocimiento de las diferentes plataformas digitales de trabajo según el nivel de estudios

Tabla cruzada de \$ConocimientoPlataformas\*NivelEstudios

Conocimiento de las plataformas <sup>a</sup>	Uso_MicroWorker	Recuento	NivelEstudios				Total
			Sin estudios / Estudios Primarios	Estudios Obligatorios	Estudios medios post-obligatorios	Estudios universitarios	
			0	0	1	0	1
			0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	
		% dentro de NivelEstudios	0,0%	0,0%	1,1%	0,0%	
	Uso_JobToday	Recuento	3	5	8	8	25
			13,3%	19,5%	34,0%	33,2%	
		% dentro de NivelEstudios	9,1%	8,3%	13,7%	10,1%	
	Uso_CornerJob	Recuento	0	5	3	2	9
			0,0%	52,7%	28,2%	19,2%	
		% dentro de NivelEstudios	0,0%	8,3%	4,2%	2,2%	
	Uso_AmazonMechanical Turk	Recuento	3	15	9	9	36
			9,1%	40,0%	25,0%	25,9%	
		% dentro de NivelEstudios	9,1%	25,0%	14,7%	11,6%	
	Uso_FigureEight	Recuento	0	0	1	1	1
			0,0%	0,0%	52,4%	47,6%	
		% dentro de NivelEstudios	0,0%	0,0%	1,1%	0,7%	
	Uso_UpWork	Recuento	0	0	1	1	2
			0,0%	0,0%	52,4%	47,6%	
		% dentro de NivelEstudios	0,0%	0,0%	2,1%	1,4%	
<b>Total</b>		<b>Recuento</b>	<b>36</b>	<b>58</b>	<b>62</b>	<b>81</b>	<b>238</b>

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.  
a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

## Uso como consumidor de las plataformas digitales de trabajo

¿Has utilizado como consumidor alguna de las plataformas anteriormente nombradas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	136	36,5	36,5	36,5
	Sí	237	63,5	63,5	100,0
	<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

## Uso como consumidor de las plataformas digitales de trabajo según el nivel de estudios

Tabla cruzada UsoPlataformas\*Nivel de estudios finalizados

UsoPlataformas	No	Recuento	Nivel de estudios finalizados				Total
			Estudios medios post-obligatorios (Bachillerato, FP)	Estudios obligatorios (Certificado Escolaridad, EGB, ESO)	Estudios universitarios	Sin estudios, Estudios Primarios	
	No		29	29	38	40	136
			21,3%	21,3%	27,9%	29,4%	100,0%
		% dentro de Nivel de estudios finalizados	31,5%	32,6%	32,8%	52,6%	36,5%
	Sí	Recuento	63	60	78	36	237
			26,6%	25,3%	32,9%	15,2%	100,0%
	% dentro de Nivel de estudios finalizados	68,5%	67,4%	67,2%	47,4%	63,5%	
<b>Total</b>	Recuento		<b>92</b>	<b>89</b>	<b>116</b>	<b>76</b>	<b>373</b>
			92,0	89,0	116,0	76,0	373,0
	% dentro de UsoPlataformas	24,7%	23,9%	31,1%	20,4%	100,0%	
	% dentro de Nivel de estudios finalizados	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10,811 <sup>a</sup>	3	,013
Razón de verosimilitud	10,494	3	,015
N de casos válidos	373		

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 27,71.



## Uso como consumidor de las plataformas digitales de trabajo según la independencia domiciliaria

Tabla cruzada UsoPlataformas\*Padres

UsoPlataformas	No	Recuento	Padres		Total
			No	Sí	
	No	Recuento	97	39	136
		Recuento esperado	87,3	48,7	136,0
		% dentro de UsoPlataformas	71,3%	28,7%	100,0%
		% dentro de Padres	40,4%	29,1%	36,4%
		% del total	25,9%	10,4%	36,4%
		Residual	9,7	-9,7	
		Residuo estandarizado	1,0	-1,4	
	Residuo corregido	2,2	-2,2		
	Sí	Recuento	143	95	238
		Recuento esperado	152,7	85,3	238,0
		% dentro de UsoPlataformas	60,1%	39,9%	100,0%
		% dentro de Padres	59,6%	70,9%	63,6%
		% del total	38,2%	25,4%	63,6%
		Residual	-9,7	9,7	
Residuo estandarizado		-,8	1,1		
Residuo corregido	-2,2	2,2			
Total	Recuento	240	134	374	
	Recuento esperado	240,0	134,0	374,0	
	% dentro de UsoPlataformas	64,2%	35,8%	100,0%	
	% dentro de Padres	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	64,2%	35,8%	100,0%	

## Uso como consumidor de las diferentes plataformas digitales de trabajo

\$ConocimientoPlataformas frecuencias

Conocimiento de las plataformas <sup>a</sup>	Uso_Plataforma	Respuestas	Porcentaje
		N	de casos
	Uso_Uber	99	41,8%
	Uso_Cabify	61	25,7%
	Uso_Lyft	4	1,8%
	Uso_UberEats	48	20,2%
	Uso_Deliveroo	60	25,3%
	Uso_Glovo	139	58,3%
	Uso_JustEat	121	50,7%
	Uso_MicroWorker	1	0,3%
	Uso_JobToday	25	10,5%
	Uso_CornerJob	9	3,9%
	Uso_AmazonMechanical Turk	36	15,3%
	Uso_FigureEight	1	0,5%
	Uso_UpWork	2	1,0%
Total		607	255,2%

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

## Uso como consumidor de las diferentes plataformas según la edad

Tabla cruzada de \$USOCONSUMIDORPLATAFROMAS\*EdadCODI

\$USOCONSUMIDORPLATAFROMAS <sup>a</sup>	Uso_Plataforma	% dentro de EdadCODI	EdadCodi		Total
			Adulto	Jóven	
	Uso_Uber		31	63	94
		% dentro de EdadCODI	37,8%	44,2%	
	Uso_Cabify		22	35	57
		% dentro de EdadCODI	26,7%	24,8%	
	Uso_UberEats		6	42	48
		% dentro de EdadCODI	7,5%	29,5%	
	Uso_Deliveroo		12	46	58
		% dentro de EdadCODI	14,9%	32,2%	
	Uso_Glovo		29	103	132
		% dentro de EdadCODI	36,2%	72,3%	
	Uso_JustEat		40	75	115
		% dentro de EdadCODI	48,7%	52,8%	
	Uso_MicroWorker		0	1	1
		% dentro de EdadCODI	0,0%	0,5%	
	Uso_CornerJob		0	9	9
		% dentro de EdadCODI	0,0%	6,5%	
	Uso_AmazonMechanical Turk		17	10	27
		% dentro de EdadCODI	21,2%	6,9%	
	Total				224

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

## Uso como consumidor de las diferentes plataformas según el nivel de estudios

Tabla cruzada de \$USOCONSUMIDORPLATAFROMAS\*NivelEstudios

		NivelEstudios				Total
		Sin estudios / Estudios Primarios	Estudios Obligatorios	Estudios medios post-obligatorios	Estudios universitarios	
\$USOCONSUMIDORPLATAFROMAS <sup>a</sup>	Uso_Uber	20	10	28	42	99
		20,0%	9,8%	28,1%	42,1%	
	Uso_Cabify	7	0	21	34	61
		10,9%	0,0%	34,1%	55,1%	
	Uso_Lyft	0,0%	0,0%	4,2%	2,2%	
	Uso_Deliveroo	20	0	16	25	60
		54,5%	0,0%	25,3%	30,4%	
	Uso_Glovo	30	24	40	45	139
		81,8%	41,7%	64,2%	55,1%	
	Uso_JustEat	17	29	31	44	121
		45,5%	50,0%	49,5%	54,3%	
	Uso_MicroWorker	0	0	1	0	1
		0,0%	0,0%	1,1%	0,0%	
	Uso_CornerJob	0	5	3	2	9
		0,0%	8,3%	4,2%	2,2%	
	Uso_AmazonMechanical Turk	3	15	9	9	36
	9,1%	25,0%	14,7%	11,6%		
Uso_FigureEight	0	0	1	1	1	
	0,0%	0,0%	1,1%	0,7%		
Uso_UpWork	0	0	1	1	2	
	0,0%	0,0%	2,1%	1,4%		
<b>Total</b>		<b>36</b>	<b>58</b>	<b>62</b>	<b>81</b>	<b>238</b>

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.  
a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

## Motivos de uso como consumidor de las plataformas digitales de trabajo

### \$MotivosUSOConsumidor frecuencias

		Respuestas N	Porcentaje de casos
\$MotivosUSOConsumidor <sup>a</sup>	Precio	77	31,4%
	Rapidez	103	42,1%
	Comodidad	218	89,5%
	DisponibilidadDispositivos	38	15,7%
	Calidad	31	12,7%
<b>Total</b>		<b>467</b>	<b>191,4%</b>

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

## Motivos de uso como consumidor de las plataformas digitales de trabajo según el nivel de estudios

Tabla cruzada de \$MotivosUSOConsumidor\*NivelEstudios

			NivelEstudios				Total
			Sin estudios / Estudios Primarios	Estudios Obligatorios	Estudios medios post-obligatorios	Estudios universitarios	
\$MotivosUSOConsumidor <sup>a</sup>	Precio	Recuento	20	10	23	24	77
		% dentro de NivelEstudios	54,5%	14,3%	38,7%	29,9%	
	Rapidez	Recuento	17	29	24	33	103
		% dentro de NivelEstudios	45,5%	42,9%	39,8%	41,8%	
	Comodidad	Recuento	36	54	55	73	218
		% dentro de NivelEstudios	100,0%	78,6%	91,4%	92,5%	
	DisponibilidadDispositivos	Recuento	7	15	7	10	38
		% dentro de NivelEstudios	18,2%	21,4%	11,8%	12,7%	
	Calidad	Recuento	7	5	7	13	31
		% dentro de NivelEstudios	18,2%	7,1%	10,8%	16,4%	
<b>Total</b>	Recuento	<b>36</b>	<b>68</b>	<b>60</b>	<b>79</b>	<b>244</b>	

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.  
a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

## Uso como trabajador de las plataformas digitales de trabajo

### Uso\_Trabajador

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	347	92,7	92,7
	Sí	27	7,3	100,0
	<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

## Uso como trabajador de las plataformas digitales de trabajo según la independencia domiciliaria

**Tabla cruzada Uso\_Trabajador\*Padres**

		Uso_Trabajador	Padres		Total
			No	Sí	
	No	Recuento	218	129	347
		Recuento esperado	223,0	124,0	347,0
		% dentro de Uso_Trabajador	62,8%	37,2%	100,0%
		% dentro de Padres	90,5%	96,3%	92,5%
		% del total	58,1%	34,4%	92,5%
		Residual	-5,0	5,0	
		Residuo estandarizado	-,3	,4	
	Residuo corregido	-2,1	2,1		
	Sí	Recuento	23	5	28
		Recuento esperado	18,0	10,0	28,0
		% dentro de Uso_Trabajador	82,1%	17,9%	100,0%
		% dentro de Padres	9,5%	3,7%	7,5%
		% del total	6,1%	1,3%	7,5%
		Residual	5,0	-5,0	
Residuo estandarizado		1,2	-1,6		
Residuo corregido	2,1	-2,1			
Total	Recuento	241	134	375	
	Recuento esperado	241,0	134,0	375,0	
	% dentro de Uso_Trabajador	64,3%	35,7%	100,0%	
	% dentro de Padres	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	64,3%	35,7%	100,0%	

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,211 <sup>a</sup>	1	,040		
Corrección de continuidad <sup>b</sup>	3,411	1	,065		
Razón de verosimilitud	4,665	1	,031		
Prueba exacta de Fisher				,042	,028
Asociación lineal por lineal	4,199	1	,040		
N de casos válidos	375				

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 10,01.  
b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

## Uso como trabajador de las plataformas digitales de trabajo según el nivel de estudios

**Tabla cruzada Uso\_Trabajador\*NivelEstudios**

		Uso_Trabajador	NivelEstudios				Total
			Sin estudios / Estudios Primarios	Estudios Obligatorios	Estudios medios post-obligatorios	Estudios universitarios	
	No	Recuento	63	88	85	112	348
		Recuento esperado	70,5	81,7	83,5	112,3	348,0
		% dentro de Uso_Trabajador	18,1%	25,3%	24,4%	32,2%	100,0%
		% dentro de NivelEstudios	82,9%	100,0%	94,4%	92,6%	92,8%
	Sí	Recuento	13	0	5	9	27
		Recuento esperado	5,5	6,3	6,5	8,7	27,0
		% dentro de Uso_Trabajador	48,1%	0,0%	18,5%	33,3%	100,0%
		% dentro de NivelEstudios	17,1%	0,0%	5,6%	7,4%	7,2%

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	18,362 <sup>a</sup>	3	,000
Razón de verosimilitud	21,830	3	,000
Asociación lineal por lineal	2,233	1	,135
N de casos válidos	375		

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 5,47.

## Uso como trabajador de las diferentes plataformas digitales de trabajo

### \$UsoTrabajador frecuencias

		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
\$UsoTrabajador <sup>a</sup>	Trabajador_Uber	8	22,6%	30,6%
	Trabajador_Cabify	2	7,2%	9,7%
	Trabajador_UberEats	1	1,7%	2,4%
	Trabajador_Deliveroo	11	31,2%	42,3%
	Trabajador_Glovo	5	15,2%	20,7%
	Trabajador_MicroWorker	1	3,9%	5,2%
	Trabajador_JustEat	1	1,9%	2,6%
	Trabajador_AmazonMechanicalTurk	2	7,3%	10,0%
	Trabajador_JobToday	2	7,2%	9,7%
	Trabajador_CornerJob	1	1,7%	2,4%
Total		34	100,0%	135,6%

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

## Uso como trabajador de las diferentes plataformas digitales de trabajo según la edad

### Tabla cruzada de \$UsoTrabajador\*EdadCODI

			EdadCodi		Total
			Adulto	Jóven	
\$UsoTrabajador <sup>a</sup>	Trabajador_Uber	Recuento	3	4	8
		% dentro de EdadCODI	39,3%	26,6%	
	Trabajador_Cabify	Recuento	1	1	2
		% dentro de EdadCODI	15,6%	7,0%	
	Trabajador_UberEats	Recuento	0	1	1
		% dentro de EdadCODI	0,0%	3,5%	
	Trabajador_Deliveroo	Recuento	0	11	11
		% dentro de EdadCODI	0,0%	62,3%	
	Trabajador_Glovo	Recuento	1	4	5
		% dentro de EdadCODI	8,2%	26,6%	
	Trabajador_MicroWorker	Recuento	1	1	1
		% dentro de EdadCODI	8,2%	3,8%	
	Trabajador_JustEat	Recuento	1	0	1
		% dentro de EdadCODI	8,2%	0,0%	
	Trabajador_AmazonMechanicalTurk	Recuento	1	1	2
		% dentro de EdadCODI	15,6%	7,3%	
	Trabajador_JobToday	Recuento	2	1	2
		% dentro de EdadCODI	22,2%	3,8%	
	Trabajador_CornerJob	Recuento	1	0	1
		% dentro de EdadCODI	7,4%	0,0%	
Total	Recuento	8	17	25	

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

## Motivos de uso como trabajador de las plataformas digitales de trabajo

### \$MotivosTRABAJO frecuencias

		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
\$MotivosTRABAJO <sup>a</sup>	GanarDinero	13	31,9%	44,8%
	Curiosidad_Conocer	6	15,1%	21,2%
	Socializar	3	7,6%	10,7%
	Necesidad	14	33,3%	46,8%
	NuevasTecnologías	5	12,1%	17,0%
Total		41	100,0%	140,5%

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

## Motivos de uso como trabajador de las plataformas digitales de trabajo según la edad

Tabla cruzada de \$MotivosTRABAJO\*EdadCODI

\$MotivosTRABAJO <sup>a</sup>			EdadCodi		Total
			Adulto	Jóven	
GanarDinero	Recuento		0	13	13
	% dentro de \$MotivosTRABAJO		0,0%	100,0%	
	% dentro de EdadCODI		0,0%	67,2%	
Curiosidad_Conocer	Recuento		4	2	6
	% dentro de \$MotivosTRABAJO		68,5%	31,5%	
	% dentro de EdadCODI		43,6%	10,0%	
Socializar	Recuento		1	3	3
	% dentro de \$MotivosTRABAJO		18,8%	81,2%	
	% dentro de EdadCODI		6,1%	13,1%	
Necesidad	Recuento		2	12	14
	% dentro de \$MotivosTRABAJO		13,4%	86,6%	
	% dentro de EdadCODI		18,8%	60,8%	
NuevasTecnologias	Recuento		3	2	5
	% dentro de \$MotivosTRABAJO		61,9%	38,1%	
	% dentro de EdadCODI		31,5%	9,7%	
<b>Total</b>	<b>Recuento</b>		<b>10</b>	<b>19</b>	<b>29</b>

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

## Motivos de uso como trabajador de las plataformas digitales de trabajo según el nivel de estudios

Tabla cruzada de \$MotivosTRABAJO\*NivelEstudios

\$MotivosTRABAJO <sup>a</sup>			NivelEstudios			Total
			Sin estudios / Estudios Primarios	Estudios medios post-obligatorios	Estudios universitarios	
GanarDinero	Recuento		10	2	1	13
	% dentro de \$MotivosTRABAJO		76,1%	14,9%	9,0%	
	% dentro de NivelEstudios		75,0%	30,0%	12,5%	
Curiosidad_Conocer	Recuento		0	3	3	6
	% dentro de \$MotivosTRABAJO		0,0%	52,4%	47,6%	
	% dentro de NivelEstudios		0,0%	50,0%	31,3%	
Socializar	Recuento		0	2	1	3
	% dentro de \$MotivosTRABAJO		0,0%	62,3%	37,7%	
	% dentro de NivelEstudios		0,0%	30,0%	12,5%	
Necesidad	Recuento		10	2	2	14
	% dentro de \$MotivosTRABAJO		72,8%	14,3%	13,0%	
	% dentro de NivelEstudios		75,0%	30,0%	18,8%	
NuevasTecnologias	Recuento		0	3	2	5
	% dentro de \$MotivosTRABAJO		0,0%	52,4%	47,6%	
	% dentro de NivelEstudios		0,0%	40,0%	25,0%	
<b>Total</b>	<b>Recuento</b>		<b>13</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>29</b>

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

## Porcentaje del sueldo de los trabajadores de plataformas digitales de trabajo

Porcentaje\_Sueldo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0% al 25%	16	4,3	54,2	54,2
	25% al 50%	10	2,6	32,7	86,9
	50% al 75%	3	,9	11,1	98,0
	75% al 100%	1	,2	2,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>8,0</b>	<b>100,0</b>	
Perdidos	888	342	91,4		
	999	2	,6		
	<b>Total</b>	<b>344</b>	<b>92,0</b>		
<b>Total</b>		<b>374</b>	<b>100,0</b>		

## Porcentaje del sueldo de los trabajadores de plataformas digitales de trabajo según el nivel de estudios

Porcentaje_Sueldo			NivelEstudios			Total
			Sin estudios / Estudios Primarios	Estudios medios post-obligatorios	Estudios universitarios	
0% al 25%	Recuento		3	5	8	16
	Recuento esperado		6,9	3,7	5,3	16,0
	% dentro de NivelEstudios		23,1%	71,4%	80,0%	53,3%
25% al 50%	Recuento		7	2	1	10
	Recuento esperado		4,3	2,3	3,3	10,0
	% dentro de NivelEstudios		53,8%	28,6%	10,0%	33,3%
50% al 75%	Recuento		3	0	0	3
	Recuento esperado		1,3	,7	1,0	3,0
	% dentro de NivelEstudios		23,1%	0,0%	0,0%	10,0%
75% al 100%	Recuento		0	0	1	1
	Recuento esperado		,4	,2	,3	1,0
	% dentro de NivelEstudios		0,0%	0,0%	10,0%	3,3%
Total	Recuento		13	7	10	30

### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	13,240 <sup>a</sup>	6	,039
Razón de verosimilitud	15,287	6	,018
Asociación lineal por lineal	4,027	1	,045
N de casos válidos	30		

a. 10 casillas (83,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,23.

## Porcentaje del sueldo de los trabajadores de plataformas digitales de trabajo según la edad

Tabla cruzada Porcentaje\_Sueldo\*EdadCodi

Porcentaje_Sueldo			EdadCodi		Total
			Adulto	Jóven	
0% al 25%	Recuento		8	8	16
	Recuento esperado		5,3	10,7	16,0
	% dentro de EdadCodi		80,0%	40,0%	53,3%
25% al 50%	Recuento		1	9	10
	Recuento esperado		3,3	6,7	10,0
	% dentro de EdadCodi		10,0%	45,0%	33,3%
50% al 75%	Recuento		0	3	3
	Recuento esperado		1,0	2,0	3,0
	% dentro de EdadCodi		0,0%	15,0%	10,0%
75% al 100%	Recuento		1	0	1
	Recuento esperado		,3	,7	1,0
	% dentro de EdadCodi		10,0%	0,0%	3,3%
Total	Recuento		10	20	30
	Recuento esperado		10,0	20,0	30,0
	% dentro de EdadCodi		100,0%	100,0%	100,0%

### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7,950 <sup>a</sup>	3	,047
Razón de verosimilitud	9,508	3	,023
Asociación lineal por lineal	1,249	1	,264
N de casos válidos	30		

a. 5 casillas (62,5%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,33.

## Opinión de las plataformas digitales de trabajo según la edad

Prueba de muestras independientes										
		Prueba de Levene de igualdad de varianzas		prueba t para la igualdad de medias						
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
									Inferior	Superior
CrearEmpleo	Se asumen varianzas iguales	16,419	,000	-5,741	347	,000	-1,071	,186	-1,437	-,704
	No se asumen varianzas iguales			-5,395	206,981	,000	-1,071	,198	-1,462	-,679
EvitarAbusos	Se asumen varianzas iguales	,180	,672	-1,413	347	,158	-,246	,174	-,588	,096
	No se asumen varianzas iguales			-1,436	257,606	,152	-,246	,171	-,583	,091
ProtegenDerechos	Se asumen varianzas iguales	,961	,328	-2,892	347	,004	-,528	,182	-,887	-,169
	No se asumen varianzas iguales			-3,015	276,629	,003	-,528	,175	-,872	-,183
HorariosFlexibles	Se asumen varianzas iguales	9,883	,002	-1,734	347	,084	-,318	,183	-,678	,043
	No se asumen varianzas iguales			-1,652	214,744	,100	-,318	,192	-,697	,061
RentaMínimaSuficiente	Se asumen varianzas iguales	,057	,812	-1,689	347	,092	-,309	,183	-,670	,051
	No se asumen varianzas iguales			-1,704	252,528	,090	-,309	,182	-,667	,048
FomentanCreatividad	Se asumen varianzas iguales	2,796	,095	2,527	347	,012	,515	,204	,114	,915
	No se asumen varianzas iguales			2,451	225,944	,015	,515	,210	,101	,928
CómodasConsumidor	Se asumen varianzas iguales	10,741	,001	-4,231	347	,000	-,717	,169	-1,050	-,384
	No se asumen varianzas iguales			-4,011	211,943	,000	-,717	,179	-1,069	-,365
FomentanMotivación	Se asumen varianzas iguales	4,761	,030	-,852	347	,395	-,164	,193	-,543	,215
	No se asumen varianzas iguales			-,830	228,766	,408	-,164	,198	-,553	,225
MejorServicio	Se asumen varianzas iguales	18,347	,000	-1,264	347	,207	-,230	,182	-,587	,128
	No se asumen varianzas iguales			-1,181	203,997	,239	-,230	,194	-,613	,154

## Estadísticas de grupo

	EdadCodi	N	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio
CrearEmpleo	Adulto	122	3,99	1,880	,171
	Jóven	228	5,06	1,529	,101
EvitarAbusos	Adulto	122	2,64	1,495	,136
	Jóven	228	2,88	1,576	,104
ProtegenDerechos	Adulto	122	2,60	1,479	,134
	Jóven	228	3,13	1,696	,112
HorariosFlexibles	Adulto	122	3,88	1,801	,163
	Jóven	228	4,19	1,533	,102
RentaMínimaSuficiente	Adulto	122	2,92	1,599	,145
	Jóven	228	3,23	1,647	,109
FomentanCreatividad	Adulto	122	3,78	1,931	,175
	Jóven	228	3,26	1,747	,116
CómodasConsumidor	Adulto	122	5,11	1,681	,152
	Jóven	228	5,83	1,408	,093
FomentanMotivación	Adulto	122	3,56	1,809	,164
	Jóven	228	3,72	1,661	,110
MejorServicio	Adulto	122	4,12	1,851	,168
	Jóven	228	4,35	1,478	,098

## Opinión de las plataformas digitales de trabajo según el nivel de estudios

Descriptivos									
		N	Media	Desv. Desviación	Desv. Error	95% del intervalo de confianza para la media		Mínimo	Máximo
						Límite inferior	Límite superior		
CrearEmpleo	Sin estudios / Estudios Primarios	76	5,17	1,136	,130	4,91	5,43	3	7
	Estudios Obligatorios	88	5,17	1,904	,203	4,76	5,57	1	7
	Estudios medios post-obligatorios	90	4,27	1,773	,187	3,90	4,64	1	7
	Estudios universitarios	120	4,09	1,854	,169	3,76	4,43	1	7
	Total	374	4,61	1,790	,093	4,42	4,79	1	7
EvitarAbusos	Sin estudios / Estudios Primarios	76	2,78	1,678	,192	2,40	3,17	1	7
	Estudios Obligatorios	88	3,33	1,608	,172	2,99	3,67	1	7
	Estudios medios post-obligatorios	90	2,51	1,366	,144	2,22	2,79	1	7
	Estudios universitarios	120	2,52	1,526	,139	2,24	2,79	1	7
	Total	374	2,76	1,571	,081	2,60	2,92	1	7
ProtegenDerechos	Sin estudios / Estudios Primarios	76	3,04	1,692	,194	2,66	3,43	1	7
	Estudios Obligatorios	88	3,72	1,768	,189	3,35	4,10	1	7
	Estudios medios post-obligatorios	90	2,52	1,371	,145	2,23	2,81	1	6
	Estudios universitarios	120	2,46	1,486	,135	2,19	2,72	1	7
	Total	374	2,89	1,649	,085	2,72	3,06	1	7
RentaMínimaSuficiente	Sin estudios / Estudios Primarios	76	3,48	1,649	,189	3,10	3,85	1	7
	Estudios Obligatorios	88	3,61	1,681	,180	3,25	3,97	1	7
	Estudios medios post-obligatorios	90	2,73	1,505	,159	2,42	3,05	1	7
	Estudios universitarios	120	2,76	1,657	,151	2,46	3,06	1	7
	Total	374	3,10	1,668	,086	2,93	3,27	1	7
FomentanCreatividad	Sin estudios / Estudios Primarios	76	2,78	1,391	,159	2,47	3,10	1	6
	Estudios Obligatorios	88	3,28	1,768	,189	2,90	3,65	1	6
	Estudios medios post-obligatorios	90	3,59	1,806	,191	3,22	3,97	1	7
	Estudios universitarios	120	3,67	2,014	,184	3,31	4,04	1	7
	Total	374	3,38	1,818	,094	3,19	3,56	1	7

### ANOVA

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
CrearEmpleo	Entre grupos	94,004	3	31,335	10,512	,000
	Dentro de grupos	1099,930	369	2,981		
	Total	1193,934	372			
EvitarAbusos	Entre grupos	41,504	3	13,835	5,809	,001
	Dentro de grupos	878,816	369	2,382		
	Total	920,320	372			
ProtegenDerechos	Entre grupos	97,280	3	32,427	13,064	,000
	Dentro de grupos	915,937	369	2,482		
	Total	1013,216	372			
HorariosFlexibles	Entre grupos	8,694	3	2,898	1,020	,384
	Dentro de grupos	1048,256	369	2,841		
	Total	1056,951	372			
RentaMínimaSuficiente	Entre grupos	59,862	3	19,954	7,531	,000
	Dentro de grupos	977,642	369	2,649		
	Total	1037,504	372			
FomentanCreatividad	Entre grupos	42,464	3	14,155	4,390	,005
	Dentro de grupos	1189,836	369	3,224		
	Total	1232,301	372			
CómodasConsumidor	Entre grupos	14,463	3	4,821	1,868	,135
	Dentro de grupos	952,489	369	2,581		
	Total	966,952	372			
FomentanMotivación	Entre grupos	7,411	3	2,470	,799	,495
	Dentro de grupos	1140,564	369	3,091		
	Total	1147,975	372			
MejorServicio	Entre grupos	,649	3	,216	,076	,973
	Dentro de grupos	1056,280	369	2,863		
	Total	1056,928	372			



## Opinión de las plataformas digitales de trabajo según independencia domiciliaria

### Estadísticas de grupo

	Padres	N	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio
CrearEmpleo	No	240	4,24	1,837	,118
	Sí	133	5,26	1,498	,130
HorariosFlexibles	No	240	3,90	1,756	,113
	Sí	133	4,22	1,530	,132
CómodasConsumidor	No	240	5,25	1,661	,107
	Sí	133	5,90	1,430	,124
MejorServicio	No	240	4,12	1,812	,117
	Sí	133	4,29	1,425	,123

Prueba de muestras independientes											
		Prueba de Levene de igualdad de varianzas		prueba t para la igualdad de medias						95% de intervalo de confianza de la diferencia	
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	Inferior	Superior	
CrearEmpleo	Se asumen varianzas iguales	11,577	,001	-5,473	372	,000	-1,018	,186	-1,384	-,652	
	No se asumen varianzas iguales			-5,797	321,730	,000	-1,018	,176	-1,364	-,673	
EvitarAbusos	Se asumen varianzas iguales	,011	,915	-3,008	372	,003	-,505	,168	-,835	-,175	
	No se asumen varianzas iguales			-2,984	267,218	,003	-,505	,169	-,838	-,172	
ProtegenDerechos	Se asumen varianzas iguales	2,931	,088	-4,124	372	,000	-,719	,174	-1,061	-,376	
	No se asumen varianzas iguales			-3,930	237,444	,000	-,719	,183	-1,079	-,358	
HorariosFlexibles	Se asumen varianzas iguales	3,599	,059	-1,804	372	,072	-,327	,181	-,683	,029	
	No se asumen varianzas iguales			-1,876	306,380	,062	-,327	,174	-,670	,016	
RentaMínimaSuficiente	Se asumen varianzas iguales	,749	,387	-1,748	372	,081	-,314	,180	-,667	,039	
	No se asumen varianzas iguales			-1,722	261,873	,086	-,314	,182	-,673	,045	
FomentanCreatividad	Se asumen varianzas iguales	,022	,883	,752	372	,453	,148	,196	-,239	,534	
	No se asumen varianzas iguales			,755	277,464	,451	,148	,195	-,237	,532	
CómodasConsumidor	Se asumen varianzas iguales	7,809	,005	-3,758	372	,000	-,642	,171	-,978	-,306	
	No se asumen varianzas iguales			-3,922	309,167	,000	-,642	,164	-,964	-,320	
FomentanMotivación	Se asumen varianzas iguales	2,197	,139	-,784	372	,433	-,149	,190	-,521	,224	
	No se asumen varianzas iguales			-,795	284,522	,428	-,149	,187	-,517	,220	
MejorServicio	Se asumen varianzas iguales	11,623	,001	-,914	372	,362	-,166	,182	-,524	,191	
	No se asumen varianzas iguales			-,977	329,829	,329	-,166	,170	-,500	,168	

# Conocimiento y uso de las plataformas digitales de trabajo

Mi nombre es Sergio Ollés, estudiante de 4º curso de Marketing e Investigación de Mercados en la Universidad de Zaragoza. A continuación, se te realizarán unas preguntas, que posteriormente utilizaré en mi Trabajo de Fin de Grado, por lo que te agradezco de antemano el tiempo invertido en ellas y tu sinceridad en las respuestas. No tardarás más de 4 minutos en realizarla. Todos los datos son anónimos y serán únicamente utilizados con fines académicos.

\* Required

## Conocimiento de las plataformas digitales de trabajo

1. Una plataforma digital de trabajo como un lugar virtual, un intermediario que facilita compartir, intercambiar o prestar bienes y servicios infrautilizados, ajustando de manera sencilla entre oferta y demanda. Algunos ejemplos son Uber, FigureEight o JustEat ¿conocías el término? \*

*Mark only one oval.*

Sí

No

2. Indica cuáles de las siguientes plataformas conoces \*

*Check all that apply.*

- Uber
- Lyft
- Cabify
- UberEats
- Deliveroo
- Glovo
- JustEat
- MicroWorker
- Amazon Mechanical Turk
- FigureEight
- JobToday
- CornerJob
- UpWork

Other:  \_\_\_\_\_

### Uso de las plataformas digitales de trabajo

3. ¿Has utilizado como consumidor alguna de las plataformas anteriormente nombradas? \*

*Mark only one oval.*

- Sí
- No

4. En caso afirmativo, ¿cuáles?

*Check all that apply.*

- Uber
- Lyft
- Cabify
- UberEats
- Deliveroo
- Glovo
- JustEat
- MicroWorker
- Amazon Mechanical Turk
- FigureEight
- JobToday
- CornerJob
- UpWork

Other:  \_\_\_\_\_

5. Si has utilizado como consumidor alguna de estas plataformas, indica qué te ha llevado a utilizarlas

*Check all that apply.*

- Precio
- Rapidez en el servicio
- Comodidad
- Disponibilidad en diferentes dispositivos
- Calidad del servicio

Other:  \_\_\_\_\_

6. ¿Has utilizado como trabajador alguna de las plataformas anteriormente nombradas? \*

*Mark only one oval.*

- Sí
- No

7. En caso afirmativo, ¿cuáles?

*Check all that apply.*

- Uber
- Lyft
- Cabify
- UberEats
- Deliveroo
- Glovo
- JustEat
- MicroWorker
- Amazon Mechanical Turk
- FigureEight
- JobToday
- CornerJob
- UpWork

Other:  \_\_\_\_\_

8. Si has utilizado como trabajador alguna de las plataformas, por favor indica los motivos que te han llevado a hacerlo

*Check all that apply.*

- Ganar un poco de dinero de manera complementaria (los llamados como passive income)
- Curiosidad, entretenimiento, investigar una nueva forma de hacer dinero y conocer sobre el tema
- Por conocer gente, socializar y pertenecer a un grupo
- Necesidad, obtener ingresos, mantener a miembros familiares (o a sí mismo)
- Por estar enterado de las nuevas tecnologías, "a la última"

Other:  \_\_\_\_\_

9. Si has utilizado como trabajador alguna de las plataformas, por favor indica cuánto porcentaje de tu sueldo representaban

*Mark only one oval.*

- 0-25%
- 25-50%
- 50-75%
- 75-100%

### Ventajas e inconvenientes de las plataformas digitales de trabajo

10. Indica el grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones, siendo 1 "Nada de acuerdo" y 7 "Completamente de acuerdo": Las plataformas digitales de trabajo... \*

*Mark only one oval per row.*

	1	2	3	4	5	6	7
Ayudan a crear empleo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Están sujetas a suficiente regulación para evitar abusos de las empresas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Protegen los derechos de los trabajadores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Permiten horarios más flexibles para el trabajador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aseguran una renta mínima suficiente para el trabajador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Indica el grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones, siendo 1 "Nada de acuerdo" y 7 "Completamente de acuerdo": Las plataformas digitales de trabajo... \*

*Mark only one oval per row.*

	1	2	3	4	5	6	7
Fomentan la creatividad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Son cómodas para el consumidor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fomenta la motivación del trabajador, al cobrar en función de la tarea realizada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ayuda a que haya un mejor servicio para el consumidor, ya que éste puede valorar al trabajador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Información adicional

12. Edad \*

---

13. Género \*

*Mark only one oval.*

- Mujer
- Hombre
- Other: \_\_\_\_\_

14. Ocupación \*

*Check all that apply.*

Estudiante

Trabajador

Parado

Other:  \_\_\_\_\_

15. Nivel de estudios finalizados \*

*Mark only one oval.*

Sin estudios, Estudios Primarios

Estudios obligatorios (Certificado Escolaridad, EGB, ESO)

Estudios medios post-obligatorios (Bachillerato, FP)

Estudios universitarios

16. ¿Vives con tus padres? \*

*Mark only one oval.*

Sí

No



17. En el mes de Febrero, entre todos/as los/las miembros del hogar (incluido tú), y por todos los conceptos, ¿de cuántos ingresos netos disponen cada mes? \*

*Mark only one oval.*

- Menos de 600€
- De 601 a 900€
- De 901 a 1200€
- De 1201 a 1800€
- De 1801 a 2400€
- De 2401 a 3000€
- De 3001 a 4500€
- De 4501 a 6000€
- Más de 6001€

18. Introduzca su código postal \*

---

19. Si te gustaría recibir más información, cuando finalice el Trabajo de Fin de Grado, escribe aquí tu correo electrónico

---

---

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

TRABAJO DE FIN DE GRADO

# PLATAFORMAS DIGITALES DE TRABAJO EN ARAGÓN



**Universidad**  
Zaragoza

## Digital work platforms: Case study of Aragón

Grado en Marketing e Investigación  
de Mercados

Facultad de Economía y Empresa - 2020

AUTOR: SERGIO OLLÉS  
DIRECTOR: DAVID PAC SALAS

**1**

## **Las plataformas digitales de trabajo**

**2**

## **Bibliografía existente**

**3**

## **Resultados de la encuesta**

Conocimiento de las plataformas  
Uso como consumidor  
Uso como trabajador  
Trabajadores, ingresos y precariedad  
Opinión de las plataformas

**4**

## **Limitaciones y continuidad**



**Universidad  
Zaragoza**

1542

# LAS PLATAFORMAS DIGITALES DE TRABAJO

## MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Nos solemos centrar en Uber, Glovo, Deliveroo... pero hay muchas otras plataformas que, bajo el mismo principio de adecuar la oferta y la demanda por Internet, ofertan diferentes servicios.



Estos servicios van desde lo más repetitivo y precario, como entrenar a Inteligencias Artificiales o redactar reviews de artículos hasta la búsqueda de especialistas y freelancers, con mayor ingresos y especialización.



JRC SCIENCE FOR POLICY REPORT

## New evidence on platform workers in Europe.

Results from the second COLLEEM survey

Urzi Brancati, M.C., Pesole, A.,  
Férandez-Macias, E.

2020



El informe de la encuesta COLLEEM es un documento muy completo para informarse sobre el estado del tema en los países miembros de la Unión Europea. Sin embargo, sigue siendo muy amplio para sacar conclusiones regional. Hace falta un estudio sobre Aragón.

# EXISTENTE

# BIBLIOGRAFÍA

**Resumen ejecutivo**

## Las plataformas digitales y el futuro del trabajo:

Cómo fomentar el trabajo decente en el mundo digital

Organización Internacional del Trabajo  
100 1919

Janine Berg • Marianne Furrer • Ellie Har  
Uma Rani • M Six Silberman

En este informe se presentan los resultados de una encuesta realizada por la OIT sobre condiciones de trabajo entre 3500 trabajadores que residen en 75 países de todo el mundo y que trabajan en cinco plataformas anglófonas dedicadas a la asignación de microtarefas. Una buena primera aproximación, pero demasiado global.

Trabajo de Fin de Grado  
Sergio Ollés 2020

# Resultados de la encuesta

## CONOCIMIENTO DE LAS PLATAFORMAS

**71%**

de los encuestados conocen las plataformas digitales de trabajo

**52%**

de las personas sin escolarizar o con tan solo estudios primarios finalizados conocen estas plataformas.

**83%**

Este porcentaje aumenta hasta el 83% si preguntamos a aquellos con grados universitarios finalizados

Las plataformas más conocidas son:

**Glovo**  
Ya vamos nosotros.

**JUSTEAT**

**Uber**

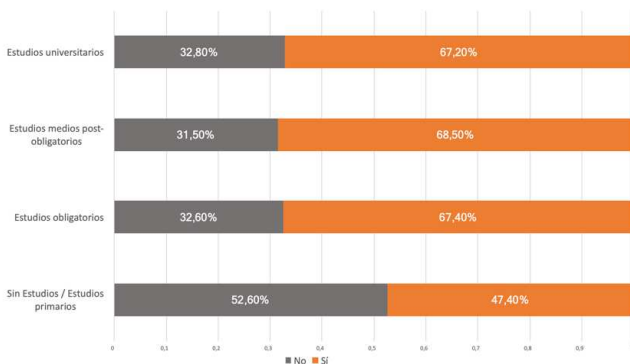
# USO COMO CONSUMIDOR

de las plataformas digitales de trabajo

# 63,5%

De los encuestados han usado estas plataformas como consumidores

## SEGÚN NIVEL DE ESTUDIOS



De nuevo, vemos como, conforme aumenta el nivel de estudios, también lo hace el porcentaje de encuestados que han usado estas plataformas como consumidores.

## MOTIVOS DE USO

Los motivos por los que los consumidores utilizan más estas plataformas son:

Comodidad

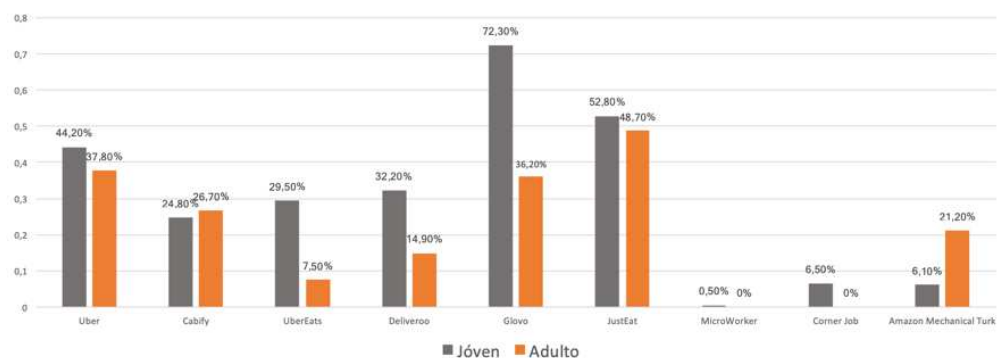
# 89,5%

Rapidez

# 42,1%

## SEGÚN EDAD

Los más jóvenes tienden a usar más estas plataformas



# USO COMO TRABAJADOR

de las plataformas digitales de trabajo

## 7,3%

De los encuestados han usado estas plataformas como trabajadores

### SEGÚN EDAD Y NIVEL DE ESTUDIOS

El perfil del trabajador en una plataforma digital de trabajo es el de una persona joven (entre 16 y 34 años), sin estudios o con estudios primarios, aunque hay plataformas como Amazon Mechanical Turk o JobToday donde encontramos más personas adultas (de 35 a 59 años)

### MOTIVOS DE TRABAJO

Los motivos por los que los trabajadores utilizan más estas plataformas son:

Necesidad de obtener ingresos

## 46,8%

Ganar algo de dinero extra (passive income)

## 42,1%

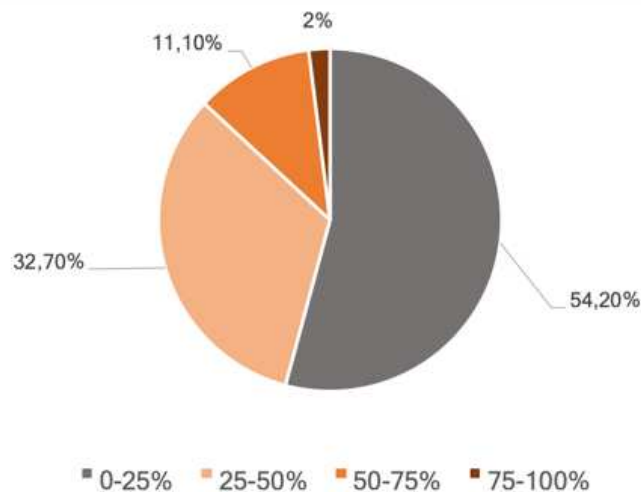
### LAS PLATAFORMAS MÁS USADAS COMO TRABAJADOR





# Trabajadores, ingresos y precariedad

Observamos que tan solo un 2% de los trabajadores obtiene más del 75% de sus ingresos de estas plataformas

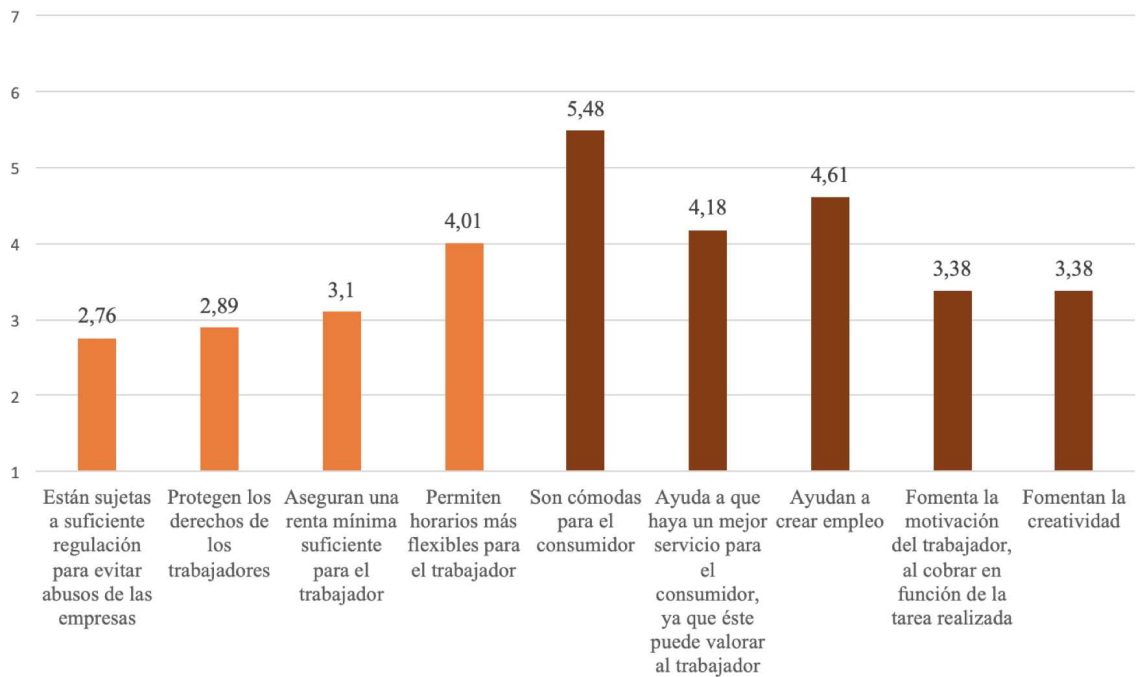


## Distribución según la edad



Los jóvenes obtienen más ingresos de estas plataformas

# Opinión de las plataformas



## COMODIDAD, CREACIÓN DE EMPLEO, MEJOR SERVICIO PARA EL CONSUMIDOR

### SEGÚN LA EDAD

Mientras que los más jóvenes creen que estas plataformas ayudan a crear empleo, protegen los derechos de los trabajadores y son cómodas para el consumidor con más intensidad que los adultos, éstos creen que fomenta más la creatividad.

A mayor nivel de estudios, menos se piensa que estas plataformas ayudan a crear empleo (pasando la media de 5,17 a 4,09). Sin embargo, a mayor nivel de estudios, más se opina que estas plataformas fomentan la creatividad (pasando la media de 2,78 a 3,67).

### SEGÚN NIVEL DE ESTUDIOS

Director: David Pac Salas

# LIMITACIONES

## Y LÍNEAS FUTURAS DEL ESTUDIO

La metodología ha sido basada en una encuesta no presencial. Hubiera sido más útil en persona, pudiendo incluir respuestas amplias e incluso entrevistas

Pese a que se ha ponderado la muestra según el nivel de estudios, otras variables como la edad o el género del encuestado, quedan más alejados de la realidad de la población de Aragón.

Tomando como referencia la pirámide que describe los distintos tipos de categorías de plataformas que existen, este trabajo se ha centrado solo en los dos inferiores. No se ha podido analizar la situación de otras plataformas.

Una buena manera de complementar este estudio sería analizar el conocimiento, uso y opinión de todos los distintos tipos de plataformas existentes. Para ello, se desarrollarían encuestas en los niveles más bajos, grupos de discusión en los intermedios y entrevistas en profundidad en los más altos.



No dudes en escribirme a [sergioolles@gmail.com](mailto:sergioolles@gmail.com) para cualquier duda o consulta, estaré encantado de responderte