

PLATAFORMAS DIGITALES

¿Oportunidad de trabajo o precarización laboral?





PLATAFORMAS DIGITALES

¿oportunidad de
trabajo o precarización
laboral?

¿QUIÉNES SOMOS?	5
ANTECEDENTES Y LOGROS	5
1 INTRODUCCIÓN	6
2 REVISIÓN DE LITERATURA	7
2.1 El surgimiento de nuevas modalidades de trabajo	7
2.2 Cómo funcionan las plataformas digitales	8
2.3 Riesgos y oportunidades del trabajo en plataformas	10
3 METODOLOGÍA	11
4 EVIDENCIA DEL SECTOR DE PLATAFORMAS DIGITALES EN QUITO	12
4.1 Características sociodemográficas de los encuestados y de sus hogares	12
4.2 Caracterización del hogar	14
4.3 Caracterización de la actividad	14
4.4 Condiciones laborales	17
4.5 Trayectoria laboral	25
4.6 Percepciones y motivaciones	26
4.7 Regulaciones	29
4.8 Productos financieros	31
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	35
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	37
7. ANEXOS	38

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.	Edad de los trabajadores de las plataformas digitales	12
Gráfico 2.	Sexo de los trabajadores de las plataformas digitales	12
Gráfico 3.	Nivel de educación alcanzado por los trabajadores de las plataformas digitales	13
Gráfico 4.	Autoidentificación étnica de los trabajadores de las plataformas digitales	13
Gráfico 5.	Lugar de nacimiento de los trabajadores de las plataformas digitales	14
Gráfico 6.	Jefe de hogar	14
Gráfico 7.	Plataformas digitales más utilizadas por los trabajadores	15
Gráfico 8.	Comenzó esta actividad durante la pandemia	16
Gráfico 9.	Porcentaje de personas que empezó el trabajo en las plataformas desde que comenzó la pandemia, por edad	16
Gráfico 10.	Número de horas trabajadas antes y durante de la pandemia con las plataformas digitales	17
Gráfico 11.	Número de días trabajados con las plataformas digitales	17
Gráfico 12.	Número meses de permanencia en las plataformas digitales	18
Gráfico 13.	Relación contractual	18
Gráfico 14.	Forma de pago: ¿les pagan una tarifa básica y un porcentaje del pedido o de la carrera?	19
Gráfico 15.	Plataforma digital como principal fuente de ingresos	19
Gráfico 16.	Mediana del ingreso de un mes normal por nacionalidad	20
Gráfico 17.	Medio de transporte que utiliza para realizar su trabajo	22
Gráfico 18.	Monto de la inversión inicial	23
Gráfico 19.	Origen de los fondos para la inversión inicial	24
Gráfico 20.	Zona de la ciudad en la que opera	25
Gráfico 21.	Otra actividad económica	25
Gráfico 22.	¿Es la plataforma su primer trabajo?	25
Gráfico 23.	Sector de su última ocupación	26
Gráfico 24.	Nivel de satisfacción con el trabajo en las plataformas digitales	26
Gráfico 25.	Razón del descontento	27
Gráfico 26.	Del 1 al 5, ¿qué tan satisfecho se siente usted con su VIDA en GENERAL? 1: nada satisfecho, 5: muy satisfecho	27
Gráfico 27.	Situación económica futura (próximos 6 meses)	28
Gráfico 28.	Primera razón que lo llevó a trabajar en las plataformas	28
Gráfico 29.	Estabilidad de los ingresos	29
Gráfico 30.	Posee un RUC	29
Gráfico 31.	Razón por la que no posee un Registro Único de Contribuyente (RUC)	30
Gráfico 32.	Ha sido sancionado por el municipio alguna vez	30
Gráfico 33.	Principales obligaciones que deben cumplir los trabajadores de plataformas digitales	31
Gráfico 34.	El municipio atiende las demandas de los trabajadores	31
Gráfico 35.	Productos financieros que poseen los trabajadores de plataformas digitales	32
Gráfico 36.	Trabajadores que tienen una cuenta de ahorros por nacionalidad	32

Gráfico 37. Trabajadores que tienen una cuenta de ahorros por rangos de edad	33
Gráfico 38. Trabajadores que tienen una tarjeta de débito por nacionalidad	33
Gráfico 39. Trabajadores que tienen una tarjeta de débito por edad	34
Gráfico 40. Acceso a crédito por nacionalidad	34
Gráfico 41. Acceso a crédito por edad	35

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Número de encuestados	11
Tabla 2. Mediana del ingreso antes y después de la emergencia sanitaria	20
Tabla 3. Mediana de los gastos diarios antes y después de la emergencia sanitaria	21
Tabla 4. Mediana del ingreso neto antes y después de la emergencia sanitaria	21
Tabla 5. Descripción del ingreso del trabajador y de su hogar	22

Directora Ejecutiva de Grupo FARO
Ana Patricia Muñoz

Directora del Área de Democracia, Transparencia y Ciudadanía Activa
Estefanía E. Terán Valdez

Directora del Área de Investigación y Evaluación de Políticas Públicas
María Caridad Ortiz

Equipo de investigación
Camila Ulloa Torres
Estefanía Suárez

Supervisión editorial
Andrea Zumárraga

Diseño y diagramación
Aquatiro

Agradecemos a Santiago García, Investigador docente de la Universidad Central del Ecuador; a Andrés Mideros, Decano de la Facultad de Economía de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador; y a Pedro Romero, Director de la Maestría de Economía de la Universidad San Francisco de Quito, por su colaboración como miembros del Comité Asesor conformado para el desarrollo de esta investigación e informe.

Esta es una publicación de Grupo FARO
Quito, mayo de 2021

¿QUIÉNES SOMOS?

Grupo FARO (www.grupofaro.org) es un centro de investigación y acción que genera evidencia para incidir en la política pública y promover prácticas para la transformación e innovación social. El trabajo de Grupo FARO se centra en la acción colectiva, el trabajo colaborativo y multiactor. A través de una de sus iniciativas, «Del Dicho al Hecho», implementada desde el Área de Democracia, Transparencia y Ciudadanía Activa, se busca reducir la brecha informativa entre las acciones del Gobierno y lo que conoce la ciudadanía, hacer un seguimiento a políticas específicas, y entregar a la ciudadanía información verificada y, sobre todo, analizada en un contexto político, social y económico.

ANTECEDENTES Y LOGROS

Desde su inicio, esta iniciativa ha prestado particular atención al tema del empleo en el Ecuador, dando seguimiento tanto a las propuestas de campaña del presidente Lenín Moreno durante su primer año de gestión, como a la política pública implementada durante su segundo año. Es así que se han desarrollado un total de cinco informes de seguimiento, diagnóstico y recomendaciones basadas en evidencia alrededor del tema del empleo (deldichoalhecho.ecuador-decide.org).

A partir de los procesos de levantamiento de información realizados en el marco de la iniciativa, se identificó que uno de los principales problemas es la falta de inclusión de los sectores de subempleados y desempleados en la discusión nacional sobre políticas de fomento al empleo. Adicionalmente, se recalcó la carencia de información sobre la situación de las personas que se encuentran en el sector informal.

Por tal motivo, durante este año, «Del Dicho al Hecho» busca generar recomendaciones de política pública de empleo con un enfoque específico en la situación del sector informal. En este sentido, hemos elaborado un informe que incluye información primaria sobre las condiciones de las personas que trabajan en plataformas digitales de transporte y entrega de cosas, en la ciudad de Quito.

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años se ha observado el auge de nuevos modelos de negocio, que integran la denominada economía colaborativa o consumo colaborativo. Estos modelos han generado nuevas formas de realizar intercambios de bienes y servicios fuera de las transacciones tradicionales a través de Internet. Algunos ejemplos de ello son las grandes empresas intermediarias de transporte como Uber, Bla Bla Car, Cabify, etc., que tienen por objetivo conectar la oferta con la demanda de movilización a través de la web. Estas plataformas tienen incidencia en las relaciones laborales, dado que la mayoría conectan al cliente con el prestador del servicio, desarrollando la actividad, en general, a través de trabajadores independientes.

Este nuevo modelo de negocios, que genera oportunidades de empleo a grupos marginados como jóvenes, migrantes, trabajadores a tiempo parcial y jubilados, a quienes resulta dificultoso el acceso al mercado de trabajo, también puede provocar situaciones de precariedad y simulación laboral ya que establece relaciones que escapan del ámbito del Derecho Laboral (Parlamento Europeo, 2017).

La economía de plataformas se presenta bajo múltiples variantes. En todos los casos, se trata de modelos de intermediación a través de plataformas digitales que no brindan el servicio subyacente, sino que se limitan a garantizar las condiciones o el escenario adecuado para que interactúen oferta y demanda.

En este contexto, este tipo de modalidad de trabajo se encuentra emergente en el país y ha tomado fuerza durante la emergencia sanitaria producto del COVID 19. La falta de información sobre el número de personas que se encuentran trabajando bajo esta modalidad presenta grandes retos para la política pública. Es así que, es importante aportar con evidencia que dé cuenta de las condiciones de este sector para generar una discusión profunda. Por ello, este informe tiene como objetivo aportar a la discusión a partir de evidencia sobre la composición y situación de las personas que se encuentran trabajando en plataformas digitales de entrega de cosas y transporte de personas en la ciudad de Quito. Para ello, se identifican las características demográficas, sociales y económicas de las personas que trabajan bajo esta modalidad, así como la trayectoria de trabajo y motivaciones para dedicarse a esta actividad, con el fin de generar recomendaciones de política pública, que incluyan la perspectiva y necesidades de este sector.

Para este análisis se llevó a cabo un proceso de levantamiento de información mixto. Por un lado, se realizaron encuestas a trabajadores de plataformas digitales de entrega de cosas y transporte de personas en la ciudad de Quito y por otro, se llevaron a cabo una serie de entrevistas con autoridades locales y nacionales, así como con representantes de empresas que brindan este servicio.

A continuación, se presentan los hallazgos sobre la situación de las personas que desarrollan estas actividades y los principales retos que enfrentan. De acuerdo a la encuesta desarrollada en septiembre de 2020 la mayor parte de las personas que trabajan en plataformas digitales son hombres (97%) de entre 25 y 40 años, (60%), mestizos y con estudios secundarios. Además de observa una mediana de

ingreso mensual de trabajadores de plataformas de entrega de cosas de \$400. Este monto desciende con la emergencia sanitaria hasta \$350 mensuales. Respecto a los trabajadores de plataformas de transporte de personas, la mediana del ingreso es de \$280 con una disminución de hasta \$150 mensuales después de la emergencia sanitaria. En relación a las horas de trabajo se evidencia que la gran mayoría de los trabajadores le dedica más de 45 horas a la semana a esta actividad. Por último, este informe plantea recomendaciones de política pública que integren la visión de este sector a la discusión alrededor de la política pública de empleo.

2. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 El surgimiento de nuevas modalidades de trabajo

Durante las últimas décadas se ha producido una marcada transición del empleo típico al empleo atípico, tanto en los países en desarrollo como en los industrializados. El empleo atípico agrupa distintas modalidades, entre ellas, el empleo temporal; el trabajo a tiempo parcial; el trabajo temporal a través de agencia y otras modalidades multipartitas; y las relaciones de trabajo encubiertas y el empleo por cuenta propia económicamente dependiente (OIT, 2016).

Ilustración 1. Formas atípicas de empleo

EL EMPLEO ATÍPICO		
EMPLEO TEMPORAL		
	Contratos de duración determinada, como los contratos basados en proyectos o tareas; trabajo estacional; trabajo ocasional, incluido el trabajo por días.	No indefinido
TRABAJO A TIEMPO PARCIAL Y A PEDIDO		
	Horas de trabajo normal más reducidas que las equivalentes a tiempo completo; empleo el tiempo parcial marginal, trabajo a pedido, incluidos los contratos de cero horas.	No a tiempo completo
RELACIÓN DE TRABAJO MULTIPARTITA		
	También conocida como 'cesión temporal' 'intermediación' y 'alquiler de mano de obra' Trabajo temporal por medio de agencia y prestación de servicios en régimen de subcontratación.	Relación no directa ni subordinada con el usuario final
EMPLEO ENCUBIERTO/POR CUENTA PROPIA ECONÓMICAMENTE DEPENDIENTE		
	Empleo encubierto, empleo por cuenta propia económicamente dependiente, empleo por cuenta propia falso o clasificado erróneamente.	No es parte de la relación de trabajo

Fuente: OIT, 2016

La economía de plataformas propone nuevos sistemas de producción y consumo de bienes y servicios, surgidos gracias a los avances de la tecnología de la información para intercambiar y compartir dichos bienes y/o servicios a través de plataformas digitales. Esta nueva modalidad de relacionamiento cuenta con cerca de 10 años a nivel global y es visto como una de las más grandes disrupciones en el mundo del trabajo (Madariaga, Buenadicha, Molina y Ernst, 2019).

En la economía de plataformas, los trabajadores son generalmente considerados contratistas independientes, en lugar de empleados, y como tales, no están cubiertos por las leyes laborales y de empleo existentes (Collier, Dubal y Carter, 2017). Por ello, las plataformas digitales implican un desafío a los modelos de gestión de los recursos humanos, al transformar tanto el contrato de trabajo, como la gestión de los recursos humanos y la asignación de tareas. Es así que, el crecimiento de la economía de plataformas es un factor que favorece el aumento de las formas atípicas de empleo (Madariaga, Buenadicha, Molina y Ernst, 2019).

Si bien en algunos casos este tipo de actividades pueden ayudar a las personas a insertarse en el mundo laboral o a complementar sus ingresos, generando así una democratización de ingresos, presentan también el riesgo de la precarización del trabajo. En este sentido, estas nuevas modalidades generan retos desde el punto de vista regulatorio y desafía el alcance de las normas laborales y protección a los trabajadores (Madariaga, Buenadicha, Molina y Ernst, 2019).

El fenómeno de las plataformas digitales cuenta con cerca de 10 años a nivel global y ha significado una de las mayores disrupciones en el mundo del trabajo (Madariaga, Buenadicha, Molina y Ernst, 2019). En Ecuador, entre junio y agosto de 2018, llegaron las plataformas Uber Eats y Glovo, brindando la posibilidad de obtener ingresos mediante el uso de una aplicación celular, volviéndose así una oferta de trabajo en el Ecuador (Hidalgo y Valencia, 2019). Actualmente, se estima que existen al menos una docena de empresas que operan brindando este tipo de servicios. La gran mayoría de ellos son filiales de empresas extranjeras. A pesar de la rápida expansión de estas nuevas actividades, no existen estadísticas oficiales sobre la magnitud de este sector. Es así que, este tipo de actividades pueden quedar invisibilizadas y verse como formas de trabajo atípicas.

Las encuestas llevadas a cabo por la OIT en 2015 y 2017 a trabajadores de cinco plataformas de crowdwork de alcance global revelan que las mismas tienen penetración en prácticamente todas las regiones del mundo, y que en Latinoamérica destaca la cantidad de trabajadores de Brasil y Venezuela. La encuesta también revela que se trata de un fenómeno en gran parte urbano, donde cuatro de cada cinco trabajadores encuestados residen en áreas urbanas o suburbanas (Berg J. et al., 2018).

2.2 Cómo funcionan las plataformas digitales

Las herramientas de plataformas digitales son espacios de intercambio de información que vinculan oferta y demanda, intermedian entre particulares y permiten contratar trabajadores para realizar tareas específicas por un plazo determinado, que generan, muchas veces, relaciones laborales no tradicionales.

Se trata de modelos de intermediación que no brindan el servicio subyacente, sino que se limitan a garantizar las condiciones o el escenario adecuado para que interactúe la oferta y la demanda (Madariaga, Buenadicha, Molina y Ernst, 2019).

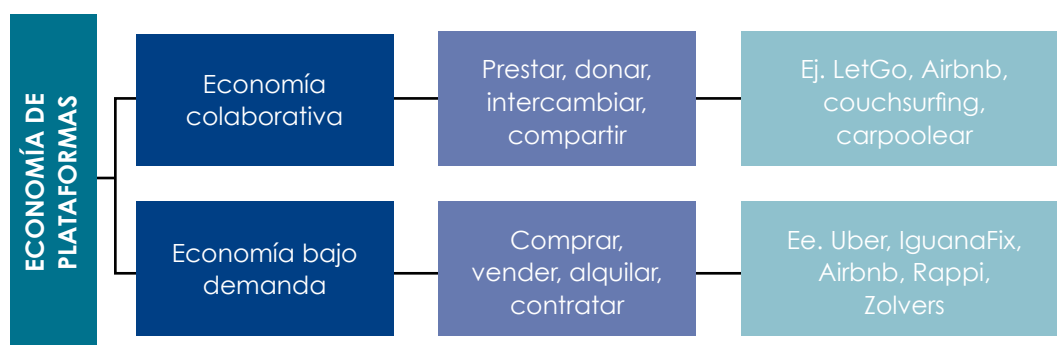
En la economía de plataformas digitales se desarrolla un esquema triangular de relaciones que se genera entre: la plataforma tecnológica, el usuario-proveedor y el usuario-consumidor. Sin embargo, es frecuente confundir terminologías y plantear definiciones que engloben el fenómeno en su totalidad por lo que es necesario realizar algunas diferenciaciones dentro de las plataformas digitales.

Mientras que muchas plataformas digitales (como BlablaCar, Uber o Airbnb) unen muchos demandantes y oferentes de servicios, otras actúan como agregadores de mercados (Amazon) en el que un solo oferente pone a disposición múltiples mercados al servicio del consumidor en una estructura de mercado clásica, donde se reducen costes de transacción, pero no existen elementos de colaboración.

Es por ello que una definición apropiada podría ser la planteada por Aslam y Shah (2017) como plataformas Peer-to-Peer (P2P). Las plataformas P2P se define como "mercados virtuales que conectan individuos y empresas que compran y venden a través de plataformas o aplicaciones digitales".

Se puede hacer una distinción básica entre lo que se conoce cada vez más como "crowdsourcing" frente a plataformas bajo demanda, o trabajo colaborativo frente a trabajo bajo demanda o presencial (De Stefano 2015; Aloisi 2016). El trabajo colaborativo se organiza y se realiza de forma remota y en línea, mientras que el trabajo bajo demanda se realiza en persona, "en el mundo físico". Las plataformas de trabajo colectivo, por lo tanto, construyen un trabajo potencialmente global que integra economías de salarios altos y bajos, mientras que las plataformas bajo demanda construir un mercado local.

Ilustración 2. Caracterización de plataformas digitales por su finalidad



Fuente: Madariaga, Buenadicha, Molina y Ernst (2019)

Las plataformas digitales también se pueden distinguir por la habilidad del trabajo. La habilidad es una dimensión transversal, ya que tanto el trabajo colaborativo, como el trabajo bajo demanda pueden requerir personas con calificaciones altas y bajas (Collier, Dubal y Carter 2017).

2.3 Riesgos y oportunidades del trabajo en plataformas

La discusión alrededor del trabajo en plataformas digitales ha generado opiniones contrarias. Por un lado, se reconoce que estas actividades crean nuevas y flexibles oportunidades de empleo, capaces de brindar ventajas a los trabajadores durante las transiciones del mercado laboral (Berg et al., 2019). Por otro lado, han sido muy criticadas por promover una alta intensidad de trabajo, salarios bajos y relaciones laborales poco claras.

Como parte de las oportunidades que se recalcan dentro del trabajo en economías de plataformas Madariaga, Buenadicha, Molina y Ernst (2019) menciona que ofrece oportunidades para dinamizar el mercado de trabajo:

1. Derriba barreras de entrada.
2. Facilita la posibilidad de complementar ingresos.
3. Puede morigerar períodos de transición entre empleos, produciendo una potencial baja en el desempleo friccional.
4. Viabiliza actividades económicas de baja rentabilidad, dando lugar a la posibilidad de la generación de microempresas con estructuras flexibles.

Como parte de las entrevistas realizadas en este estudio, el representante de Uber menciona que

“la economía colaborativa más bien ofrece oportunidades de ingreso para personas que no estaban en el mercado de trabajo, (...) la economía colaborativa está respondiendo a una necesidad de personas que no tenían a ese acceso una forma de trabajo tradicional, como es el caso de personas en situación de movilidad pero también personas de la comunidad LGBT que suele verse discriminada en el acceso a los trabajos formales. La economía colaborativa no tiene esas barreras y creo que ahí hay oportunidades interesantes de discusión de cómo tenemos que enfocar adecuadamente el futuro del trabajo”.

Por otro lado, la economía de plataforma supone también presenta desafíos, como:

1. Se vincula a la generación de formas atípicas del trabajo.
2. Dificulta la acumulación de capacidades.
3. Contribuye a la volatilidad de los mercados de trabajo.
4. Tiene el potencial de generar una estructura bipolar del mercado de trabajo.

Adicionalmente a esto, las plataformas digitales de trabajo más conocidas funcionan con sistemas de localización, y asignan servicios de transporte y entrega a domicilio, a trabajadores de zonas geográficas específicas que, usualmente son zonas urbanas pobladas. Por lo tanto, a pesar de que pueden ayudar a reducir el desempleo y la pobreza en las zonas urbanas de Asia y el Pacífico, el hecho de que sean más accesibles para los trabajadores urbanos que para los rurales significa que es menos probable que contribuyan a reducir la desigualdad de ingresos y riqueza que marca la ubicación geográfica.

En efecto, las nuevas modalidades de trabajo desafían la estructura de las relaciones laborales vigente, los derechos laborales y la cobertura social desarrollada en la mayoría de los países. A su vez, implica riesgos para la sostenibilidad de los sistemas de seguridad social.

3. METODOLOGÍA

Con el objetivo de aportar a la discusión alrededor del tema de empleo es importante analizar al sector de las plataformas digitales que ha estado en crecimiento continuo y que ha tomado una particular importancia en el contexto de la emergencia sanitaria.

Para aportar con evidencia sobre este grupo nuevo de trabajadores, se realizaron encuestas a las personas que trabajan mediante de plataformas digitales de entrega a domicilio y transporte en la ciudad de Quito en el mes de septiembre de 2020.

Al no existir datos oficiales acerca la cantidad de conductores que usan las aplicaciones de economía colaborativa de entregas a domicilio y transporte, se utilizaron fuentes secundarias de información para determinar el universo y el tamaño de la muestra¹.

Por un lado, en el caso de las plataformas de entrega se pudo inferir una población estimada de 7000 trabajadores, a partir de otros estudios² y contactando con investigadores que han trabajado sobre este segmento. Esto permitió estimar un tamaño de muestra de 379 individuos con 95% de nivel de confianza y margen de error de +/- 5,0.

Por otro lado, en el caso de las plataformas de transporte, la muestra se estimó con base a publicaciones de la prensa en las que se estimaba que, entre Uber y Cabify, a enero de 2020, aglutinaban a 28.000 conductores³. Esto permitió estimar un tamaño de muestra de 375 individuos con 95% de nivel de confianza y +/- 5,0 de margen de error.

En este sentido, la muestra total de trabajadores encuestados fue de 754 (Tabla 1).

Tabla 1. Número de encuestados

Plataformas de entregas	Plataformas de transporte	Total
379	375	754

Para el levantamiento de información⁴ se realizó un cuestionario de 80 preguntas. Cada encuesta tuvo una duración aproximada de 40 minutos y se aplicó de manera presencial, y se compuso de siete secciones, que incluían: características socioeconómicas, caracterización de los hogares de los trabajadores, caracterización del trabajo (ingreso, horas, condiciones laborales, etc.), motivaciones y percepciones, regulaciones y relación con el gobierno, bienestar social, y capacidades financieras.

1 El Anexo 1 presenta una nota metodológica sobre la selección de la muestra.

2 <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/quito/15671-20200311.pdf>

3 <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/11/13/nota/7602665/uber-da-numeros-sus-operaciones-ecuador>.
<https://ww2.elmercurio.com.ec/2020/01/14/proponen-en-ecuador-reforma-que-incluya-al-transporte-a-traves-de-plataformas/>

4 La implementación de la encuesta fue realizada por la empresa Perfiles de Opinión.

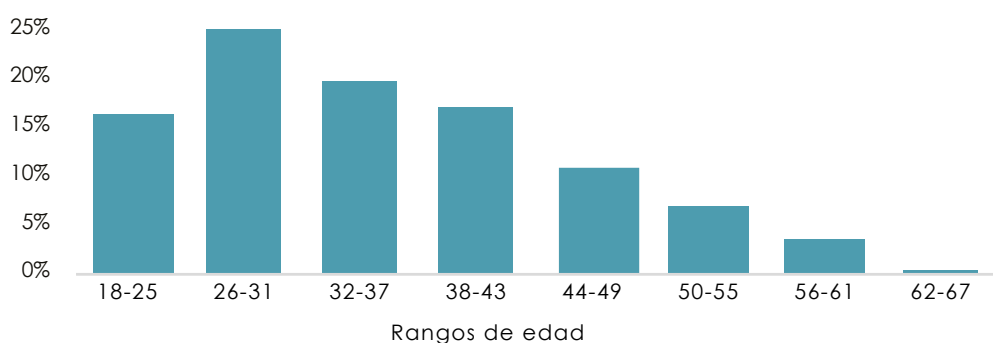
Adicionalmente a las encuestas, se realizaron 6 entrevistas a actores clave para conocer a mayor profundidad la situación de los trabajadores de plataformas en la ciudad de Quito. Las entrevistas fueron realizadas a representantes de 3 empresas de plataformas digitales que funcionan en Ecuador y a representantes del gobierno local, Asamblea Nacional y sociedad civil.

4. EVIDENCIA DEL SECTOR DE PLATAFORMAS DIGITALES EN QUITO

4.1 Características sociodemográficas de los encuestados y de sus hogares

La edad de las personas que trabajan por medio de las plataformas digitales se encuentra entre 18 y 67 años. Como muestra el Gráfico 1, las edades de los trabajadores se concentran entre 25 y 40 años. El 60% de los trabajadores tiene edades dentro de este rango.

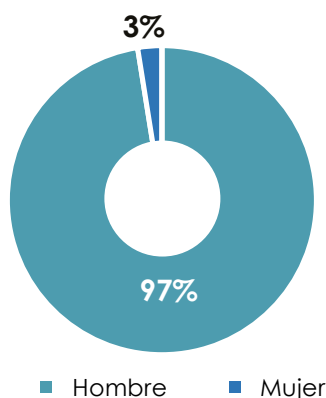
Gráfico 1. Edad de los trabajadores de las plataformas digitales⁵



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

Como muestra el Gráfico 2, este sector se encuentra compuesto mayoritariamente por hombres, apenas el 3% de las trabajadoras de las plataformas digitales son mujeres.

Gráfico 2. Sexo de los trabajadores de las plataformas digitales

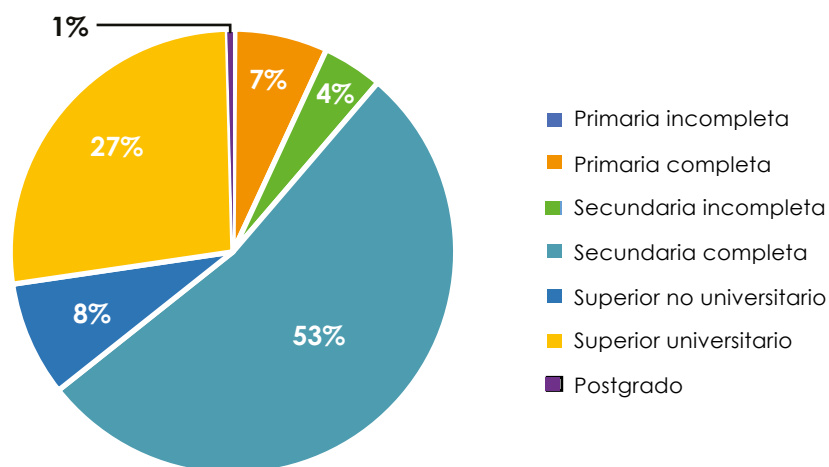


Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

⁵ Un porcentaje significativo de personas empleadas en el sector de las plataformas digitales son jóvenes de 18 a 30 años. El Anexo 2 muestra la caracterización sociodemográfica de este grupo.

El Gráfico 3 muestra que el 53% de los trabajadores de plataformas digitales han completado la secundaria, el 27% ha culminado los estudios superiores universitarios y un 8% ha completado los estudios superiores no universitarios.

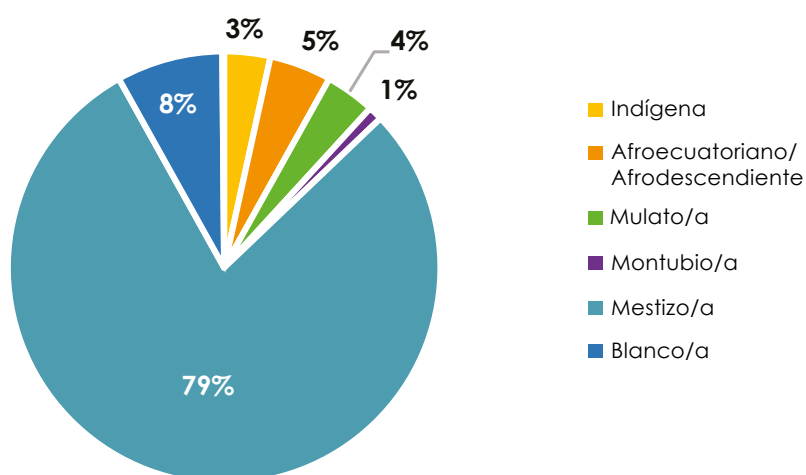
Gráfico 3. Nivel de educación alcanzado por los trabajadores de las plataformas digitales



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

La mayoría (79%) de los trabajadores de plataformas digitales se autoidentifican como mestizos, el 8% como blancos y el 5% como afroecuatorianos (Gráfico 4).

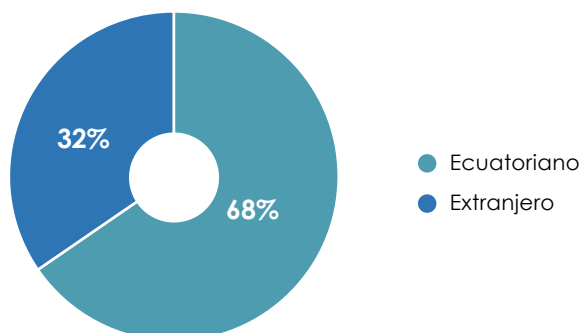
Gráfico 4. Autoidentificación étnica de los trabajadores de las plataformas digitales



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

El 68% de los trabajadores de las plataformas digitales son ecuatorianos, mientras que el 32% es extranjero. La mayoría de personas provenientes de otros países son de Venezuela (31%) y un porcentaje muy bajo de Colombia (1%).

Gráfico 5. Lugar de nacimiento los trabajadores de las plataformas digitales

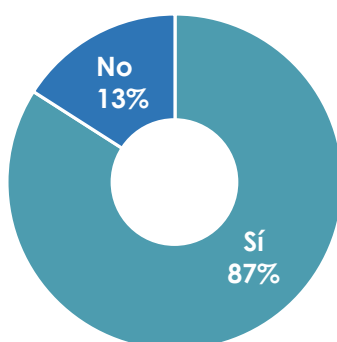


Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

4.2 Caracterización del hogar

El 87% de los trabajadores de las plataformas digitales son jefes de hogar, como muestra el Gráfico 6.

Gráfico 6. Jefe de hogar



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

4.3 Caracterización de la actividad

El Gráfico 7 muestra las plataformas digitales más utilizadas por los trabajadores. En el caso de las plataformas de entregas, las más utilizadas son Uber Eats, Glovo y Rappi. En la categoría otro, se encuentran las plataformas InDriver, Uber, Cabify, Delivereo, Tipti, Canguro, Doort todor, Gasela, Mansuara, UnClick y Urbano.

En el caso de las plataformas de transporte, las más utilizadas son, InDriver, Cabify, Uber, y Unitaxi. En la categoría otro, se encuentran Fastline, Taxi Jj, Win, Easytaxi, Civitaxi, y Uniservicios. Cabe notar que, en varias ocasiones, los trabajadores utilizan más de una plataforma para llevar a cabo su actividad.

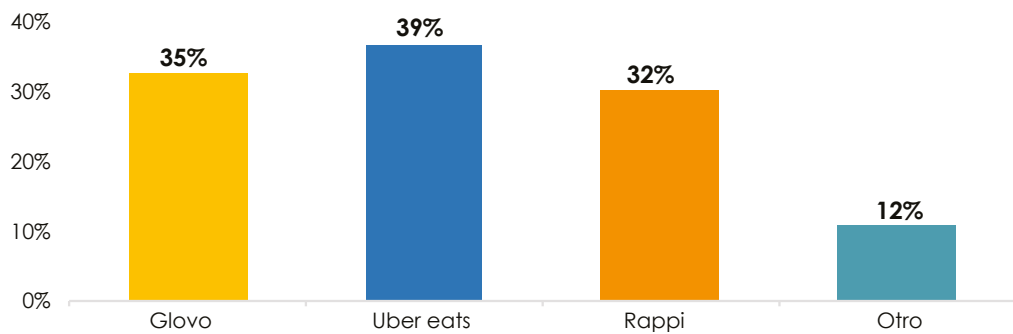
Dentro de las entrevistas con representantes de plataformas se observa que en muchas empresas no se observan las características tradicionales de la relación laboral como la dependencia y la exclusividad. En Uber por ejemplo

“los socios o conductores no están sujetos a las órdenes de la aplicación porque la aplicación no les da órdenes, es el conductor o el repartidor el que acepta alguno de estos servicios o solicitudes porque le conviene de acuerdo a su horario su zona o destino de la ciudad al que quiere ir”.

El otro elemento que existe en una relación laboral tradicional es la exclusividad

“en Uber el socio conductor puede estar haciendo un viaje utilizando la aplicación de Uber, Cabify, Rappi, etc. sin limitación alguna porque además nosotros no controlamos cuánto tiempo el socio conductor está conectado o por qué se desconectó o por qué está utilizando otra aplicación”.

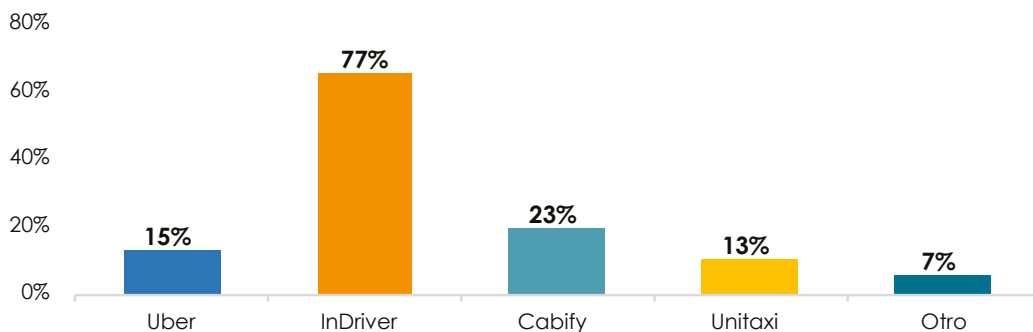
Gráfico 7. Plataformas digitales más utilizadas por los trabajadores
a. Plataformas de entregas



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales
(Grupo FARO – septiembre 2020)

Nota: Las barras suman más de 100% dado que algunas personas trabajan con más de una plataforma.

b. Plataformas de transporte

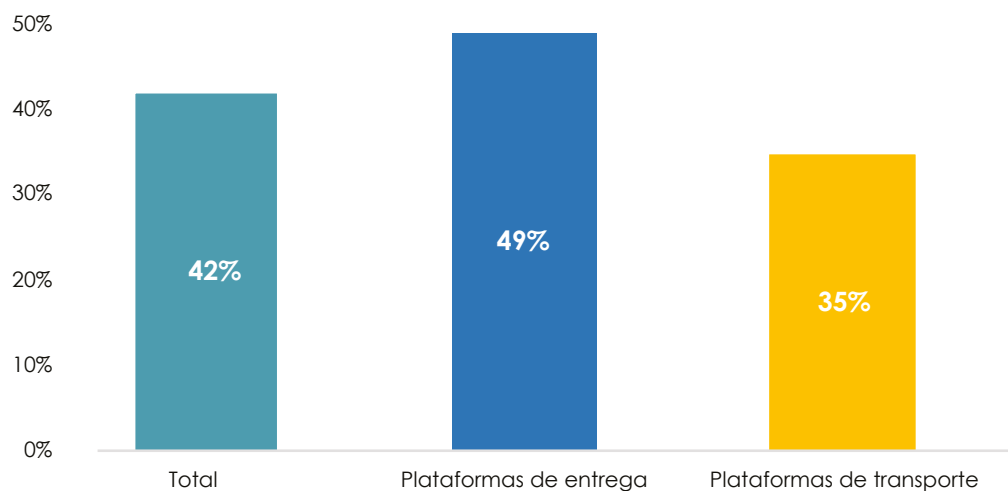


Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales
(Grupo FARO – septiembre 2020)

Nota: Las barras suman más de 100% dado que algunas personas trabajan con más de una plataforma.

Cabe recalcar que como muestra el Gráfico 8 el 42% de los trabajadores de la muestra, comenzaron esta actividad durante la pandemia.

Gráfico 8. Comenzó esta actividad durante la pandemia⁶

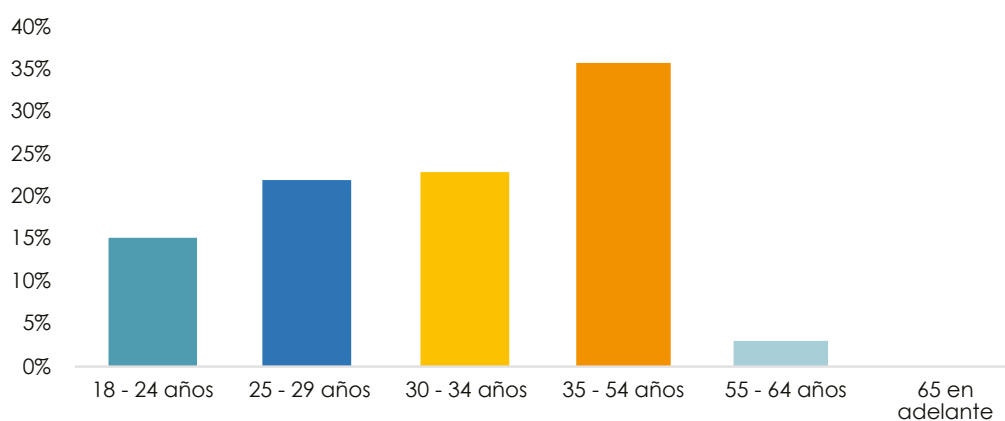


Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

El 49% de los encuestados que actualmente trabajan con plataformas de entregas iniciaron durante la emergencia. De la misma manera, el 35% de los encuestados de las plataformas de transporte iniciaron durante la emergencia.

De las personas que empezaron la actividad durante la pandemia, el 56% son ecuatorianos y el 44% extranjeros. Por otro lado, el 81% tiene edades entre 25 y 54 años, el 16% tiene menos de 24 años, y el 3% tiene entre 55 y 64 años (Gráfico 9).

Gráfico 9. Porcentaje de personas que empezó el trabajo en las plataformas desde que comenzó la pandemia, por edad



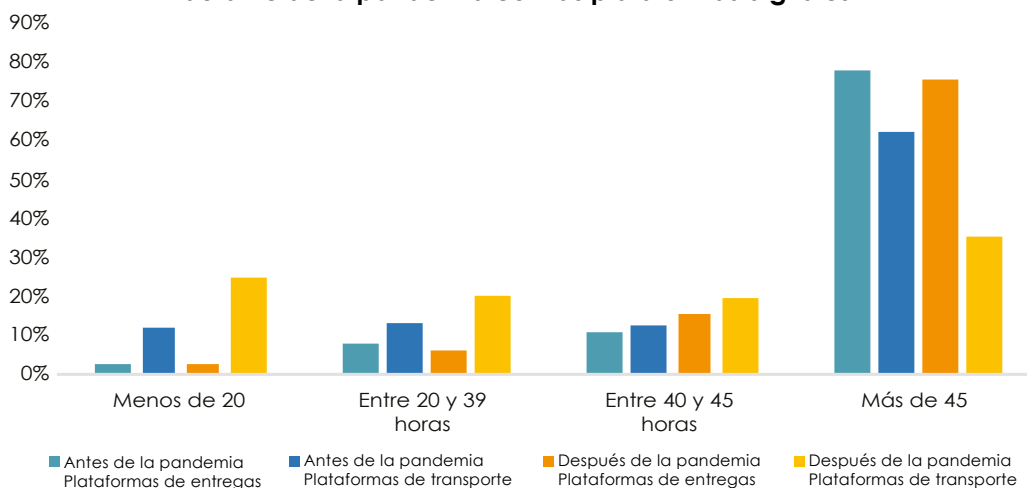
Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

⁶ La Organización Mundial de la Salud declaró el 11 de marzo de 2020 al COVID-19 como pandemia.

4.4 Condiciones laborales

El Gráfico 10 muestra que un porcentaje considerable trabaja más de 45 horas a la semana a través de las plataformas digitales. Antes de la pandemia, el 78% de las personas que se encontraban trabajando con plataformas de entregas y el 62% de las personas que trabajan con plataformas de transporte, le dedicaban a esta actividad más de 45 horas semanales. Una vez iniciada la emergencia se puede notar que el porcentaje total de personas que le dedican más de 45 horas disminuyó, más notablemente en las plataformas de transporte.

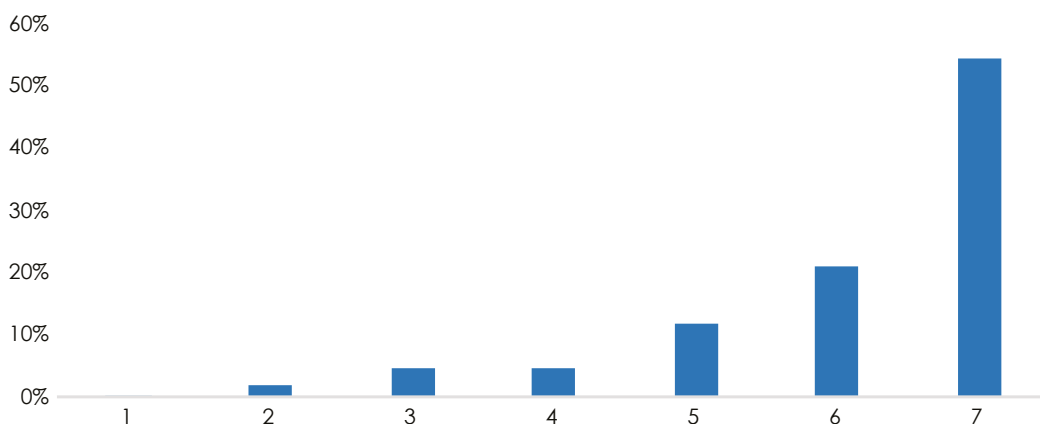
Gráfico 10. Número de horas trabajadas antes y durante de la pandemia con las plataformas digitales



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

Como muestra el Gráfico 11, el 88% de personas trabajan de 5 a 7 días a la semana. Más de la mitad de los encuestados (55%) trabaja los 7 días de la semana, a través de las plataformas.

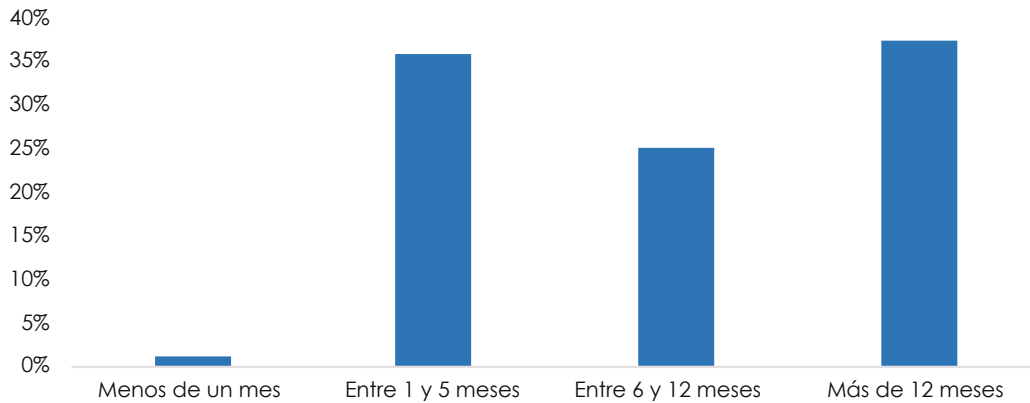
Gráfico 11. Número de días trabajados con las plataformas digitales



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

Por otra parte, el 38% de las personas llevan trabajando con las plataformas más de 1 año, el 25% entre 6 meses y 1 año y el 36% entre 1 y 5 meses. Solo el 1% de las personas había comenzado su trabajo en las plataformas digitales y todavía no cumplía un mes de trabajo (Gráfico 12).

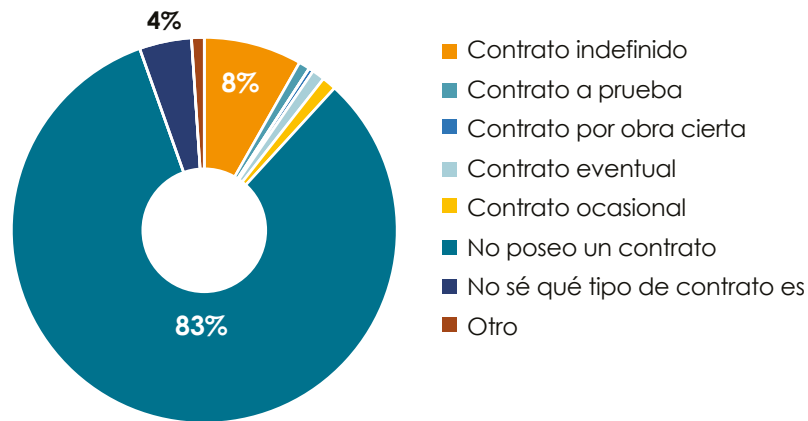
Gráfico 12. Número meses de permanencia en las plataformas digitales



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

El Gráfico 13 muestra que el 83% de las personas trabajando con plataformas digitales no poseen un contrato de trabajo, el 8% posee un contrato indefinido y el 4% no conoce qué tipo de contrato posee. Muy pocos trabajadores tienen un contrato a prueba, por obra cierta, eventual u ocasional.

Gráfico 13. Relación contractual



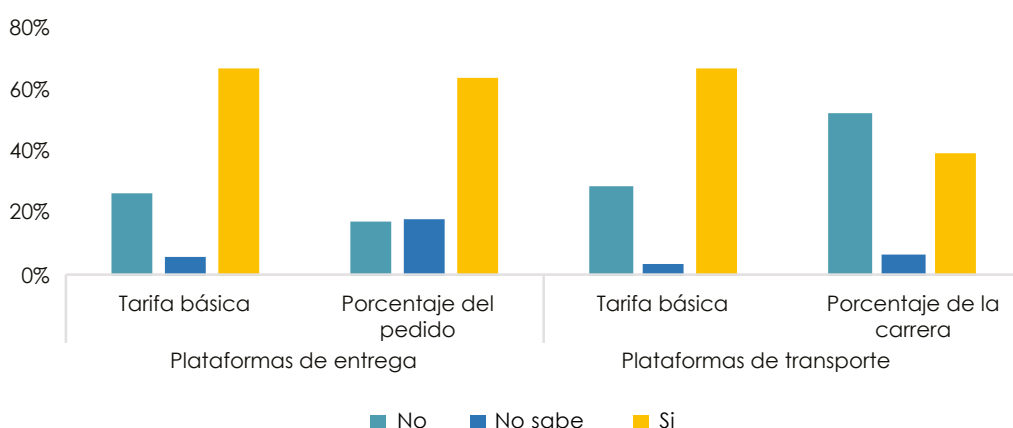
Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

En relación a la forma de pago, en la mayoría de casos, tanto las plataformas de entrega como de transporte pagan una tarifa básica y un porcentaje del pedido o de la carrera. La mediana de la tarifa básica en las plataformas de entregas es \$1,0 y en las plataformas de transporte es \$1,45⁷. También se puede observar que existe desconocimiento sobre la forma en que funciona el pago (Gráfico 14).

⁷ De acuerdo con las respuestas obtenidas, alrededor del 33% de trabajadores no indicaron la tarifa básica.

A partir de las entrevistas con las distintas empresas proveedoras de servicios digitales se evidencia que hay una gran diferencia en el pago por los servicios dependiendo de las plataformas. Por ejemplo, en Uber, el conductor o el repartidor es el que paga una cuota por el derecho de uso de la aplicación que es un porcentaje variable. Este porcentaje varía según determinadas circunstancias que afectan el viaje o el reparto, (distancia, tiempo, condiciones de la ciudad etc.) y el resto del ingreso por ese viaje o por ese reparto es el ingreso que tiene el conductor o el repartidor. Por otro lado, en Rappi, el repartidor gana a partir de la propina de la entrega. En este caso, la plataforma no adquiere ningún tipo de ganancias por las entregas. Este modelo es muy diferente en Tipti, una plataforma de entrega de compras que mantiene una relación laboral con sus trabajadores a través de contratos bajo relación de dependencia y contratos por servicios. En los dos casos, los trabajadores reciben un salario mínimo de \$600 mensuales.

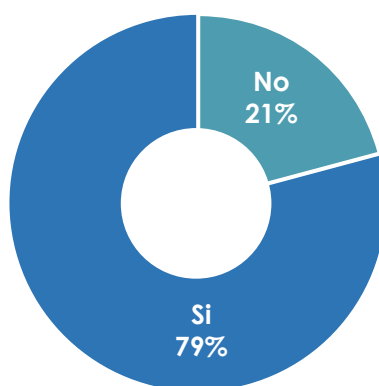
Gráfico 14. Forma de pago: ¿les pagan una tarifa básica y un porcentaje del pedido o de la carrera?



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

Como muestra el Gráfico 15, para el 79% de los encuestados, las plataformas digitales son su principal fuente de ingresos.

Gráfico 15. Plataforma digital como principal fuente de ingresos



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

Como se observó anteriormente, la mayoría de los trabajadores no poseen un contrato de trabajo y reciben su pago con base en una tarifa básica y un porcentaje de la carrera o pedido. Por ello, para comprender cómo varían los ingresos, se recabó información sobre los ingresos promedio que los trabajadores pueden generar en un mes alto, bajo y normal. Considerando un mes normal como los ingresos que generan en usualmente en un mes típico, y mes alto o bajo cuando sus ingresos son menores o mayores respecto de ese mes típico.

La Tabla 2, muestra que las medianas de los ingresos reportados por los encuestados son mayores en las plataformas de entregas que en las de transporte. Esto es cierto para los meses altos, bajos y normales. Por otro lado, se puede apreciar que los ingresos han disminuido desde el inicio de la emergencia sanitaria en ambos tipos de plataformas, sin embargo, la diferencia es más significativa en el caso de las plataformas de transporte.

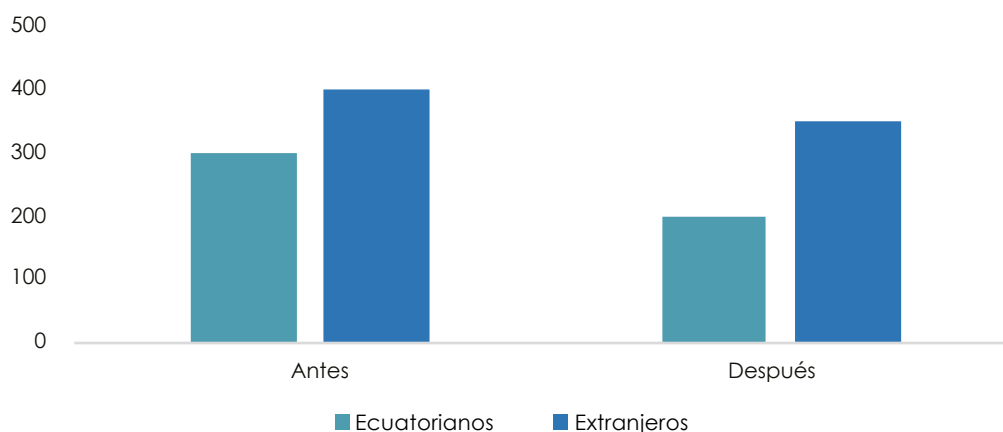
Tabla 2. Mediana del ingreso antes y después de la emergencia sanitaria (USD)

	Plataformas de entrega		Plataformas de transporte	
	Antes de la emergencia	Desde la emergencia	Antes de la emergencia	Desde la emergencia
Mes alto	500	450	400	240
Mes bajo	300	280	200	100
Mes normal	400	350	280	150

Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales
(Grupo FARO – septiembre 2020)

Resulta interesante notar que, en un mes normal antes de la emergencia sanitaria, los ingresos de las personas ecuatorianas eran menores a los de personas extranjeras, esta tendencia no solo se mantiene si no que se ahonda después de la emergencia sanitaria (Gráfico 16).

Gráfico 16. Mediana del ingreso de un mes normal por nacionalidad



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales
(Grupo FARO – septiembre 2020)

En la Tabla 3, se puede observar que la mediana de los gastos es más alta en las plataformas de transporte que en las de entrega. Los gastos diarios se refieren a los gastos en los que las personas deben incurrir para realizar su trabajo con las plataformas digitales. Estos pueden incluir alimentación, gasolina, arriendo del vehículo, parqueaderos, y cualquier otro necesario para llevar a cabo su actividad.

Tabla 3. Mediana de los gastos diarios antes y después de la emergencia sanitaria (USD)

Plataformas de entrega		Plataformas de transporte	
Antes de la emergencia	Desde la emergencia	Antes de la emergencia	Desde la emergencia
5	6	15	10

Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales
(Grupo FARO – septiembre 2020)

Con el objetivo de comprender más acerca de los ingresos percibidos por las personas que trabajan con las plataformas digitales, se estimaron los ingresos netos de los trabajadores.

Ingresos netos

Para estimar los ingresos netos mensuales, se calculó:

Ingreso neto = Ingreso mes normal - (gasto diario*días de trabajo a la semana*4)

Como muestra la Tabla 4, la mediana del ingreso neto es significativamente mayor para las personas que trabajan con plataformas de entrega que las que trabajan con plataformas de transporte.

Tabla 4. Mediana del ingreso por hora antes y después de la emergencia sanitaria (USD)

Plataformas de entrega		Plataformas de transporte	
Antes de la emergencia	Desde la emergencia	Antes de la emergencia	Desde la emergencia
360	216	75	-80

Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales
(Grupo FARO – septiembre 2020)

Cabe notar que, en el caso de las plataformas de transporte, la mediana del ingreso neto pasó de ser positiva antes de la emergencia sanitaria a negativa durante la emergencia, lo que significa que al menos la mitad de los trabajadores están generando pérdidas en lugar de ganancias. Antes de la emergencia, el 42% de los trabajadores tenían un ingreso de cero o pérdidas y desde la emergencia este porcentaje incrementó a 68%.

De manera contraria, la mediana de los ingresos netos en el caso de las plataformas de entrega se mantuvo positiva, aunque disminuyó. En el caso de este tipo de plataformas, antes de la emergencia sanitaria solo el 5% tenía pérdidas, sin embargo, este porcentaje aumentó a 13% desde el inicio de la emergencia.

Adicionalmente se observaron los ingresos de los hogares de los trabajadores. Como se puede observar existe una alta disparidad en los ingresos de los hogares de los trabajadores de las plataformas digitales. Por otro lado, la mediana de los ingresos de estos trabajadores es menor al salario básico unificado y disminuyó en \$100 desde la pandemia. Sin embargo, solo el 0,3% de la muestra recibe el bono de desarrollo humano y apenas el 1% recibió el bono de protección familiar por la emergencia sanitaria.

Tabla 5. Descripción del ingreso del trabajador y de su hogar (USD)

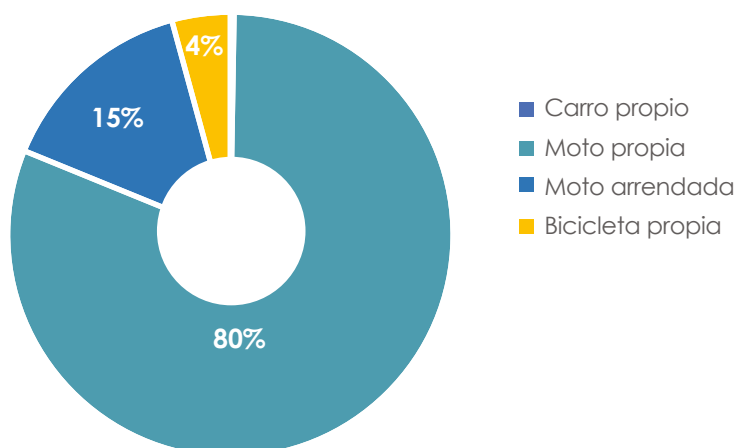
	Mediana	Min	Max	Promedio	Desviación estándar
Ingreso mensual del hogar	600	45	5000	677	427,5
Ingreso per cápita mensual del hogar	167	15	1667	205	147,1
Ingreso mensual del trabajador antes de la emergencia	350	5	1500	388	262,9
Ingreso mensual del trabajador desde de la emergencia	250	5	1800	300	216,5

Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales
(Grupo FARO – septiembre 2020)

Por otra parte, como muestra el Gráfico 17, en el caso de las plataformas de entrega el 80% de los encuestados utiliza motocicleta propia para llevar a cabo su trabajo, el 15% utiliza motocicleta arrendada y el 4% bicicleta propia. En el caso de las plataformas de transporte, el 75% de las personas que utilizan las plataformas de transporte, usan carro propio y el 25% carro arrendado.

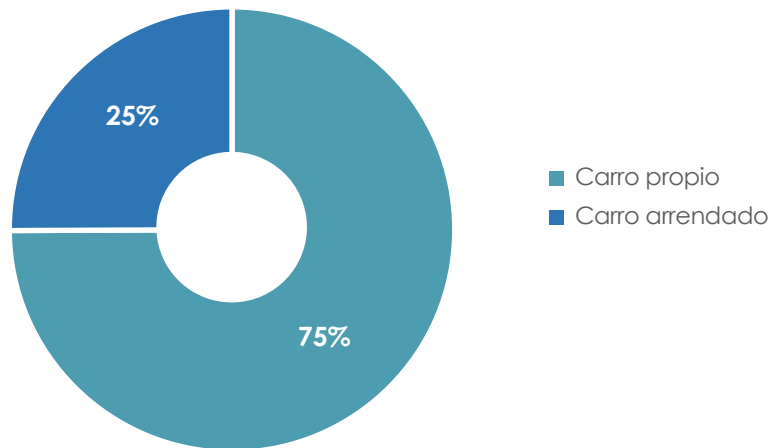
Gráfico 17. Medio de transporte que utiliza para realizar su trabajo

a. Plataformas de entregas



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales
(Grupo FARO – septiembre 2020)

b. Plataformas de transporte



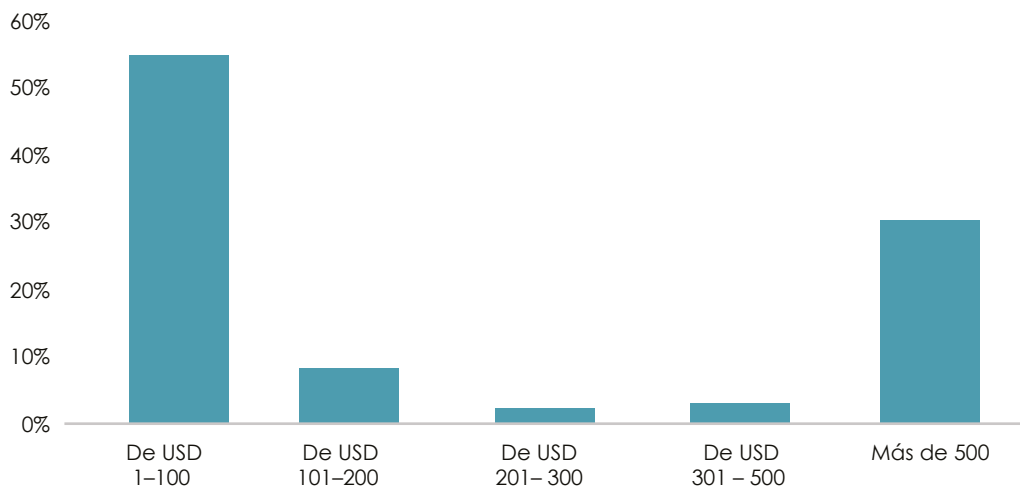
Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

El 65% de las personas que trabajan con plataformas de entrega realizó una inversión inicial, mientras de las personas que trabajan con plataformas de transporte solo el 47% realizó una inversión inicial.

En ambos casos, la mayoría de personas que realizaron una inversión (55% de las personas de plataformas de entregas y 74%) realizaron una inversión inicial de hasta USD 100. También cabe mencionar que 31% de las personas que trabajan con plataformas de entrega invirtieron más de USD 500 para comenzar su actividad (Gráfico 18).

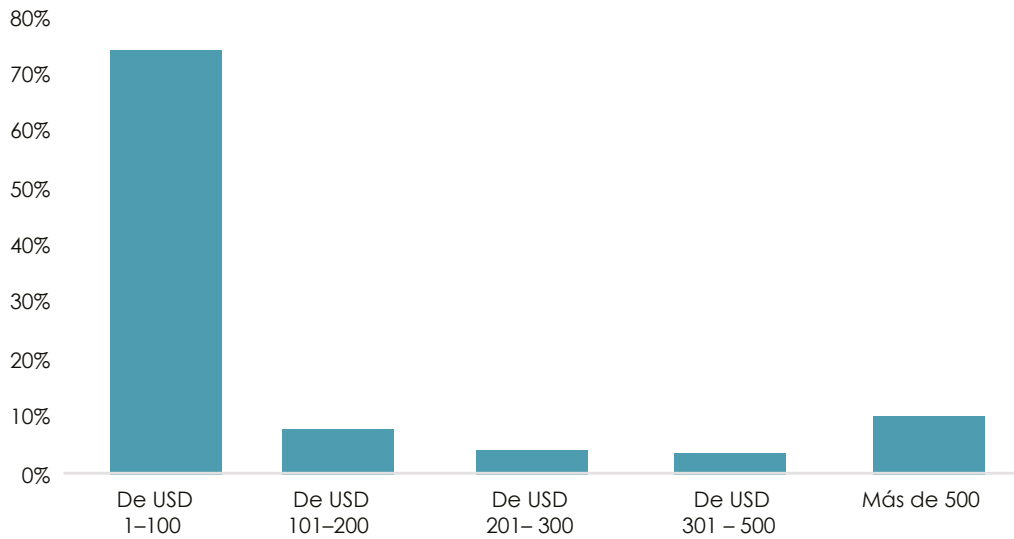
Gráfico 18. Monto de la inversión inicial

a. Plataformas de entrega



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

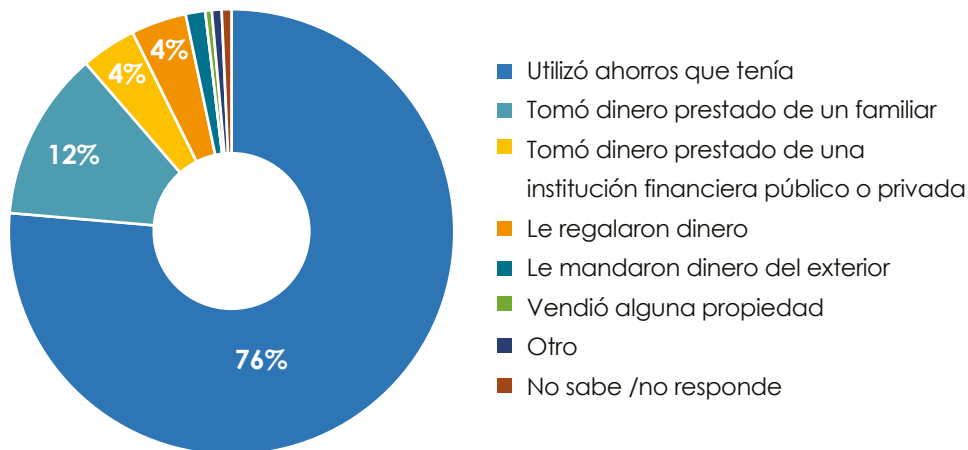
b. Plataformas de transporte



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

En el 76% de los casos, las personas utilizaron ahorros que tenían para realizar la inversión inicial. El 12% tomó prestado dinero de un familiar y el 4% realizó un préstamo a una institución financiera (Gráfico 19).

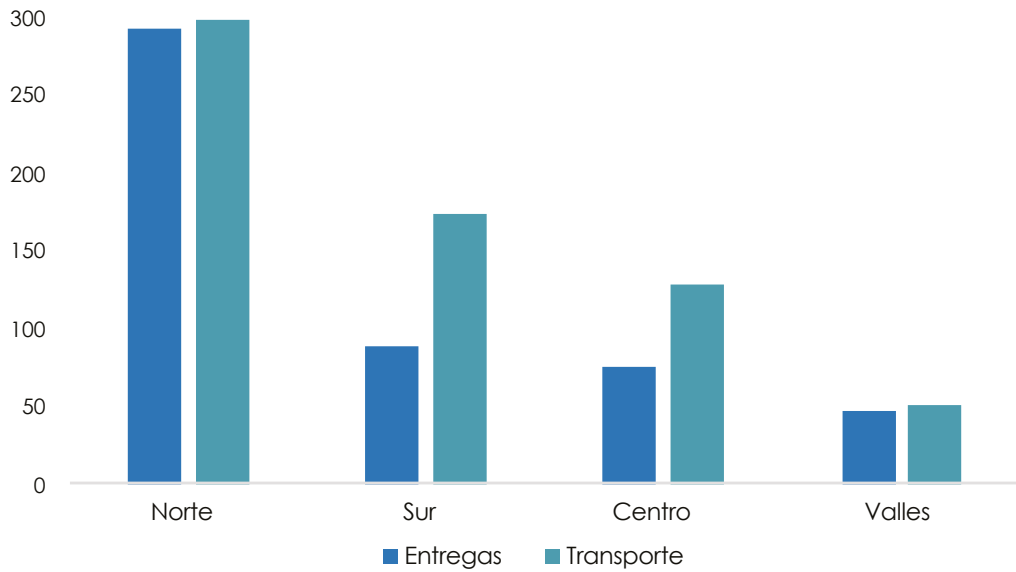
Gráfico 19. Origen de los fondos para la inversión inicial



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

Cabe notar que los encuestados operan en más de una zona de la ciudad. En ambos casos operan en mayor medida en la zona norte de la ciudad. No obstante, se observa una mayor presencia en el sur y centro de las personas que trabajan con plataformas de transporte comparado con las de entrega (Gráfico 20).

Gráfico 20. Zona de la ciudad en la que opera

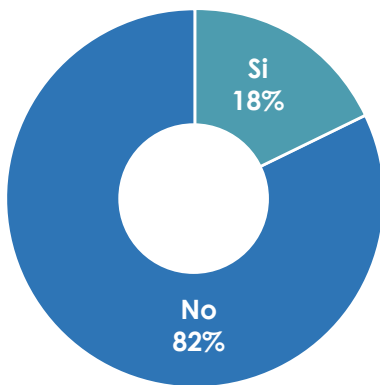


Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

4.5 Trayectoria laboral

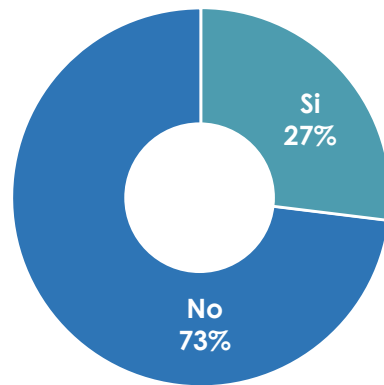
Como muestra el Gráfico 21, el 82% de los encuestados no tienen otra actividad económica aparte de su trabajo con las plataformas digitales y para el 27% de los encuestados, la plataforma es su primer trabajo (Gráfico 22).

Gráfico 21. Otra actividad económica



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

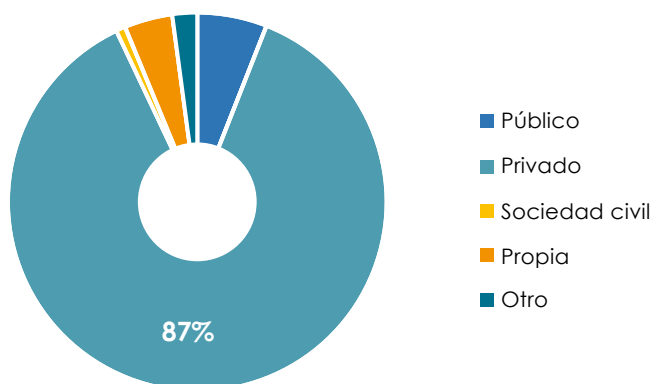
Gráfico 22. ¿Es la plataforma su primer trabajo?



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

El 87% de los encuestados tuvo su última ocupación en el sector privado y el 6% en el público (Gráfico 23).

Gráfico 23. Sector de su última ocupación

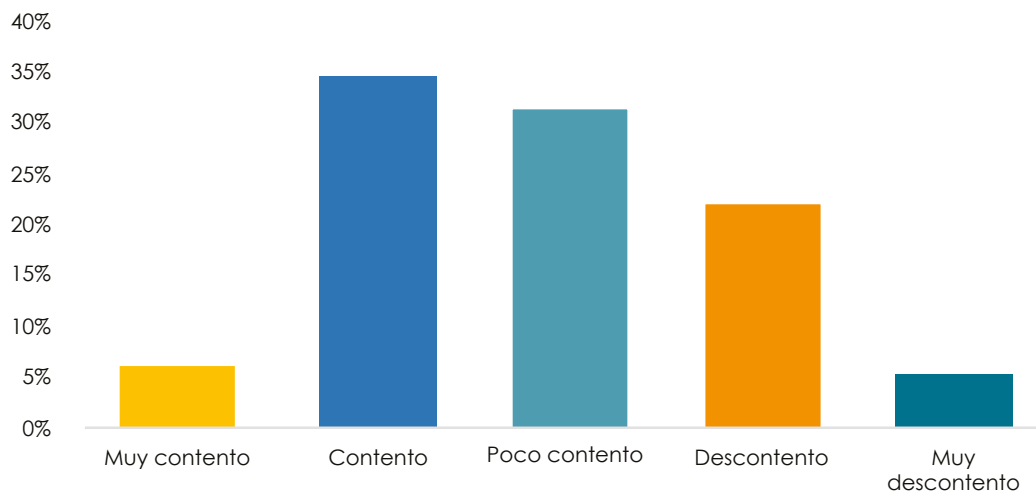


Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

4.6 Percepciones y motivaciones

Como muestra el Gráfico 24, el 41% de los trabajadores se encuentra muy contento o contento, mientras que el 59% se encuentra poco contento, descontento o muy descontento con el trabajo realizado en la plataforma.

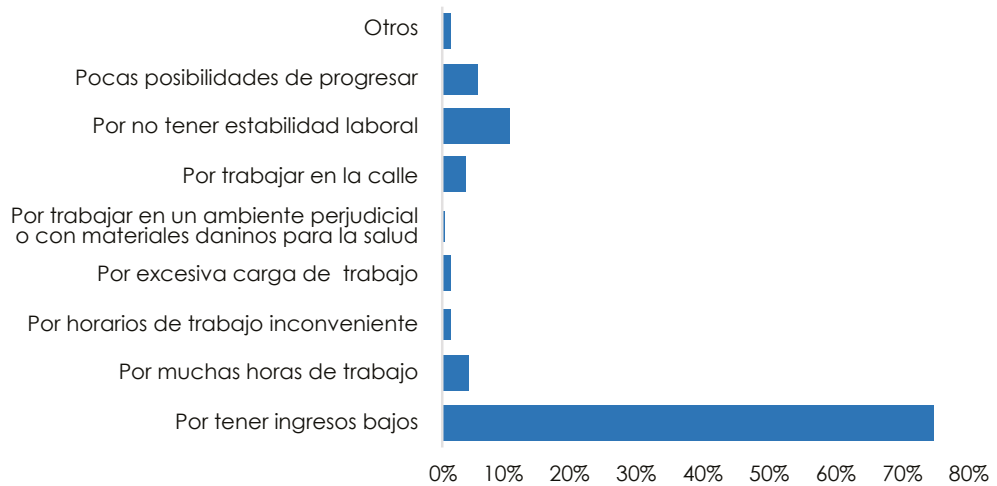
Gráfico 24. Nivel de satisfacción con el trabajo en las plataformas digitales



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

De los trabajadores que están descontentos, el 74% lo está por tener ingresos bajos, el 10% por no tener estabilidad laboral y el 5% por tener pocas posibilidades de progresar (Gráfico 25).

Gráfico 25. Razón del descontento



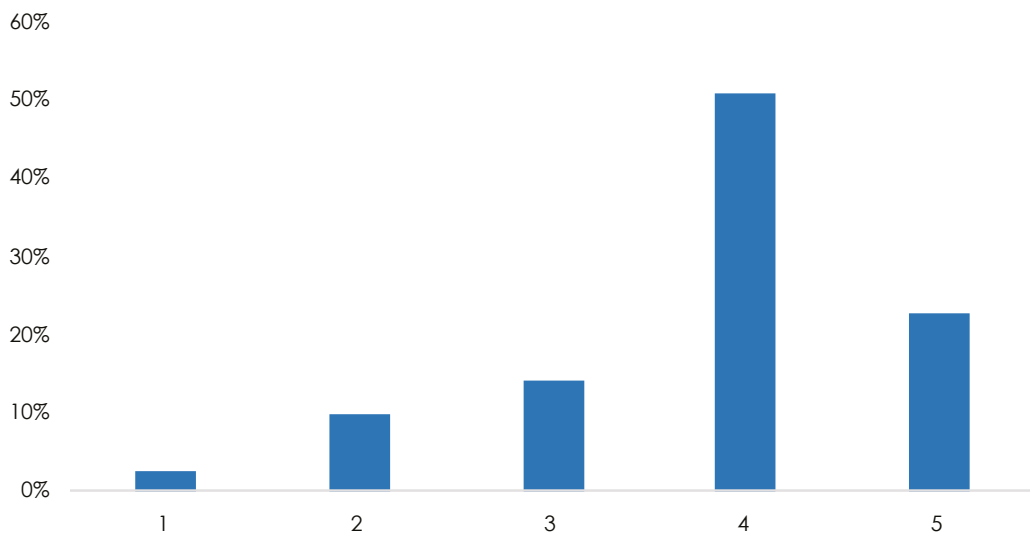
Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

*Nota: esta pregunta se hizo a las personas que contestaron poco contento, descontento y muy descontento en la pregunta anterior.

El 43% de los encuestados considera que su hogar es medianamente pobre. El 19% considera que su hogar no es nada pobre y solo el 1% considera a su hogar como muy pobre.

Sin embargo, como muestra el Gráfico 26, el 74% se sienten bastante satisfechos con su vida en general (puntajes 4 y 5), mientras que el 13% se sienten poco satisfechos con su vida (puntajes 1 y 2).

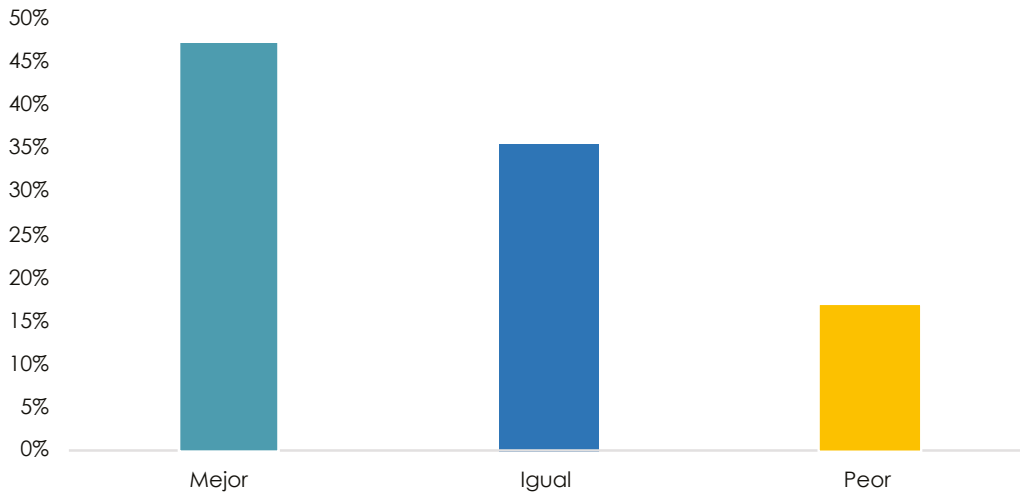
Gráfico 26. Del 1 al 5, ¿qué tan pobre es su hogar? 1: nada pobre, 5: muy pobre



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

Con relación a su situación económica en los siguientes meses, el 47% de los encuestados considera que su situación económica será mejor en los próximos 6 meses, el 36% piensa que va a ser igual y el 17% que será peor (Gráfico 27).

Gráfico 27. Situación económica futura (próximos 6 meses)

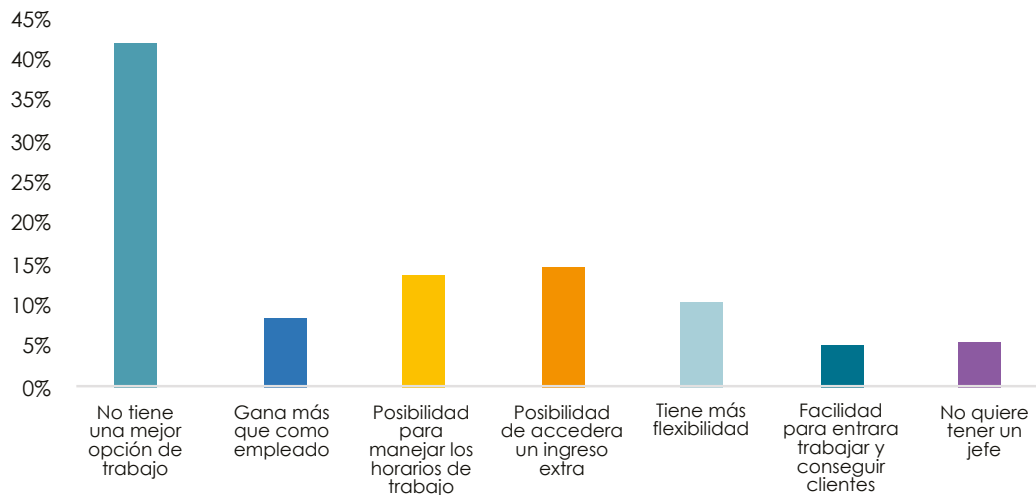


Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

Como muestra el Gráfico 28, la principal razón que los llevó a los trabajadores a utilizar plataformas digitales fue no tener una mejor opción de trabajo (42%). Para el 15% fue la posibilidad de acceder a un ingreso extra y para el 14% la posibilidad de manejar los horarios de trabajo.

Gráfico 28. Primera razón que lo llevó a trabajar en las plataformas

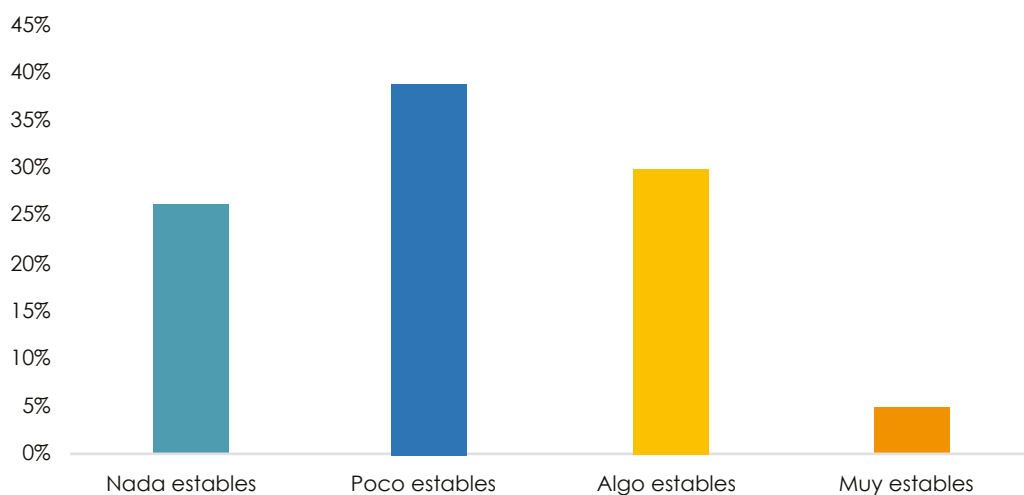
a. Primera razón



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

La mayoría de las personas consideran que sus ingresos por trabajar con las plataformas digitales son nada o poco estables, de acuerdo a sus propias percepciones. El 26%, considera que sus ingresos no son nada estables, el 39% poco estables, el 40% algo estables y solo 5 % menciona que sus ingresos son muy estables (Gráfico 29).

Gráfico 29. Estabilidad de los ingresos

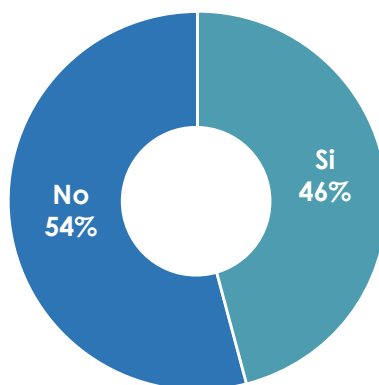


Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

4.7 Regulaciones

El 54% de los trabajadores no cuentan con un Registro Único de Contribuyente (RUC), solo el 46% posee uno (Gráfico 30).

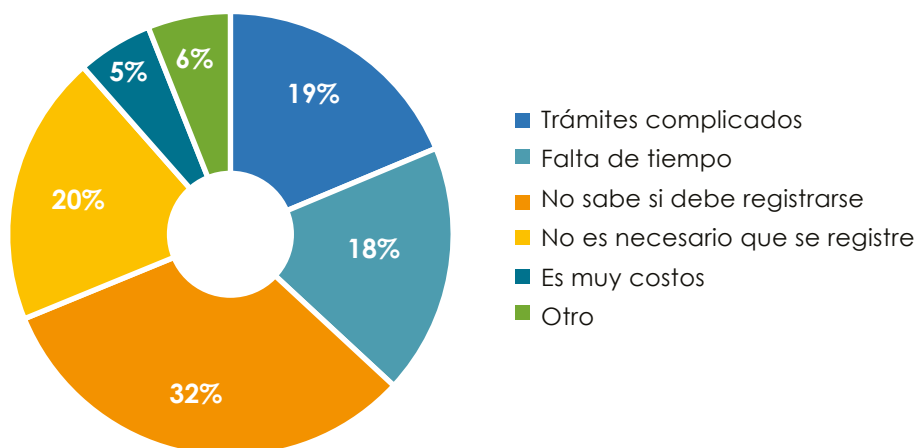
Gráfico 30. Posee un RUC



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

Las principales razones por las que los encuestados no cuentan con un RUC son que no conocen si deben registrarse, porque no necesitan registrarse, porque involucra trámites complicados y porque no tienen suficiente tiempo para hacerlo (Gráfico 31).

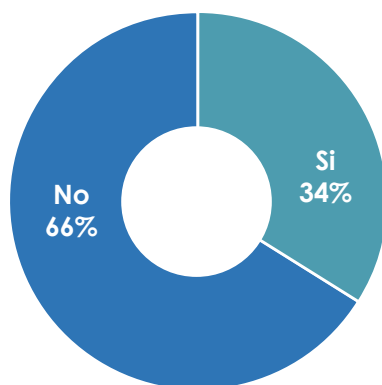
Gráfico 31. Razón por la que no posee un Registro Único de Contribuyente (RUC)



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales
(Grupo FARO – septiembre 2020)

El 34% de los encuestados ha sido sancionado por el municipio (Gráfico 32). El 89% fueron sancionados porque incurrieron en alguna infracción. Para el 95% la sanción fue una multa, para el 4% la retención de su vehículo y para el 1% detención.

Gráfico 32. Ha sido sancionado por el municipio alguna vez

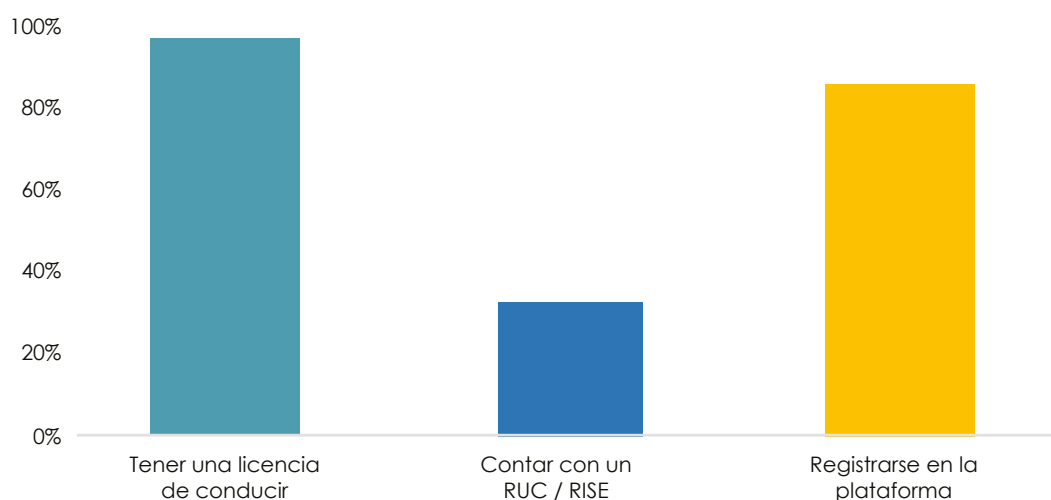


Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales
(Grupo FARO – septiembre 2020)

Las principales obligaciones que deben cumplir los trabajadores para ejercer su trabajo son tener una licencia de conducir y registrarse en la plataforma. El 97% respondió que necesita la licencia de conducir, el 86% mencionó que necesita registrarse en la plataforma y el 32% que necesita contar con RUC (Gráfico 33).

Se mencionaron otros requisitos con muy poca frecuencia, tales como tener la matrícula y papeles en orden, exámenes de salud, cumplir con las reglas de la aplicación, vehículo en buenas condiciones, récord policial, fotos del vehículo, teléfono digital, tener un seguro, tener internet, firma electrónica, papeles migratorios, entre otros.

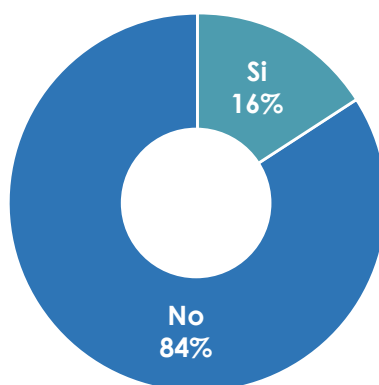
Gráfico 33. Principales obligaciones que deben cumplir los trabajadores de plataformas digitales



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

El 84% de los trabajadores consideran que el municipio no atiende sus demandas.

Gráfico 34. El municipio atiende las demandas de los trabajadores

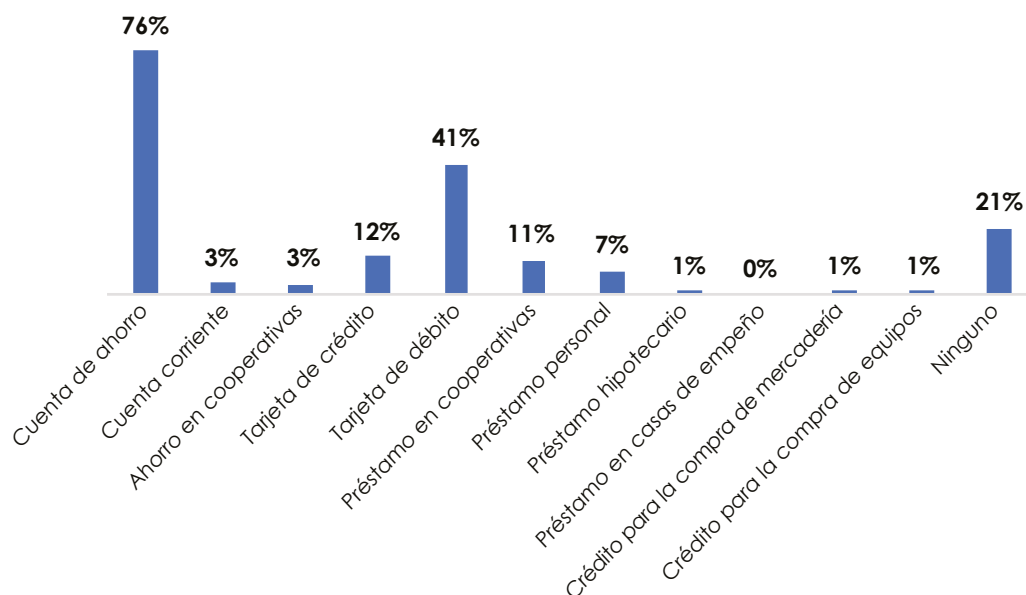


Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

4.8 Productos financieros

El Gráfico 35, muestra que los productos financieros más comunes que tienen los trabajadores de las plataformas digitales son la cuenta de ahorros y tarjeta de débito. El 76% de los encuestados tienen una cuenta de ahorros y el 42% tarjeta de débito. También cabe notar que el 21% no maneja ningún tipo de producto financiero.

Gráfico 35. Productos financieros que poseen los trabajadores de plataformas digitales

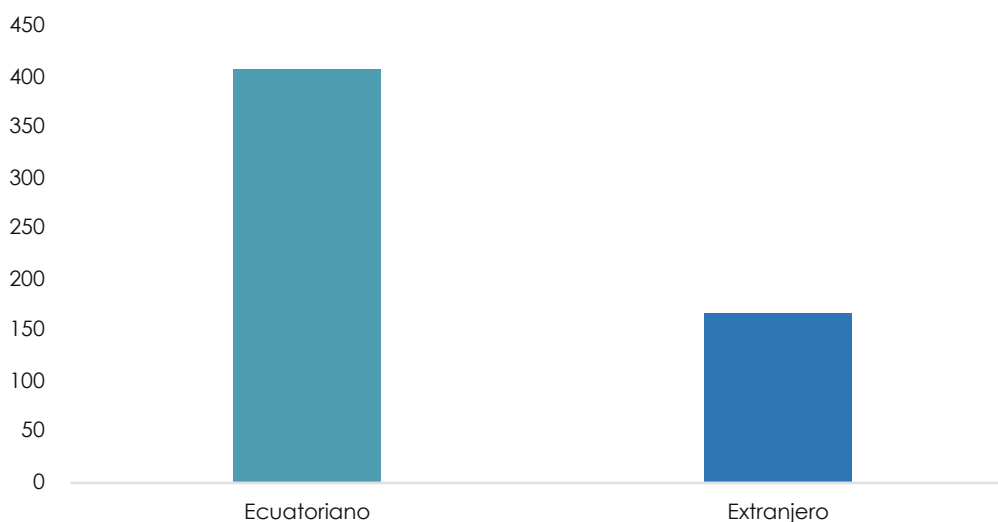


Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales
(Grupo FARO – septiembre 2020)

Nota: Las barras suman más de 100% dado que en la pregunta se podía seleccionar más de una opción.

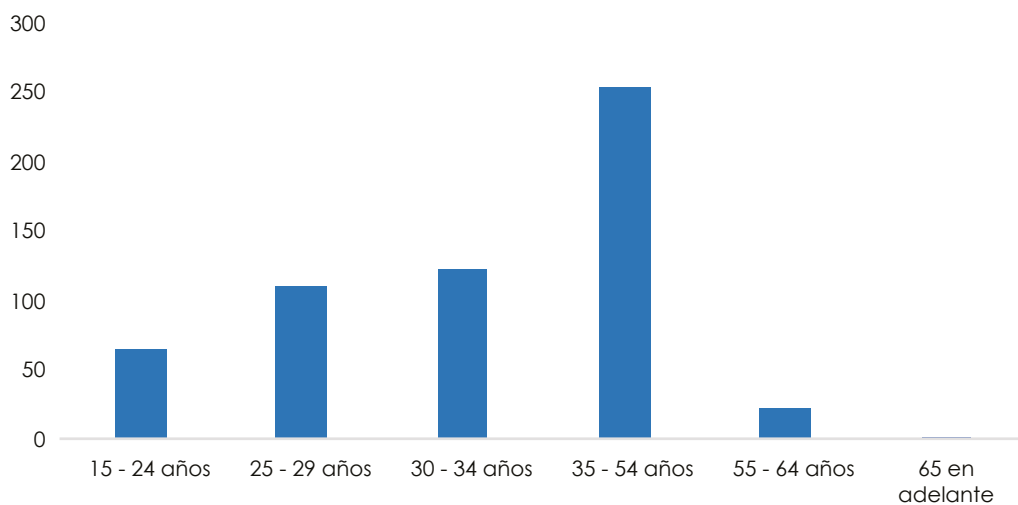
Como se puede observar en los Gráficos 36 y 37 la mayoría de los trabajadores que poseen una cuenta de ahorros son ecuatorianos (71%). Por otro lado, este producto es manejado con más frecuencia por personas de hasta 54 años.

Gráfico 36. Trabajadores que tienen una cuenta de ahorros por nacionalidad



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales
(Grupo FARO – septiembre 2020)

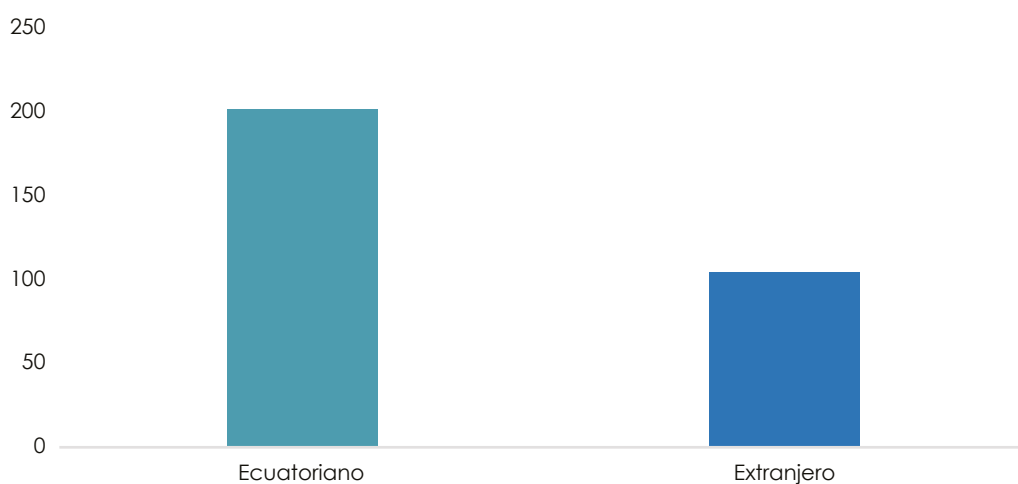
Gráfico 37. Trabajadores que tienen una cuenta de ahorros por rangos de edad



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales
(Grupo FARO – septiembre 2020)

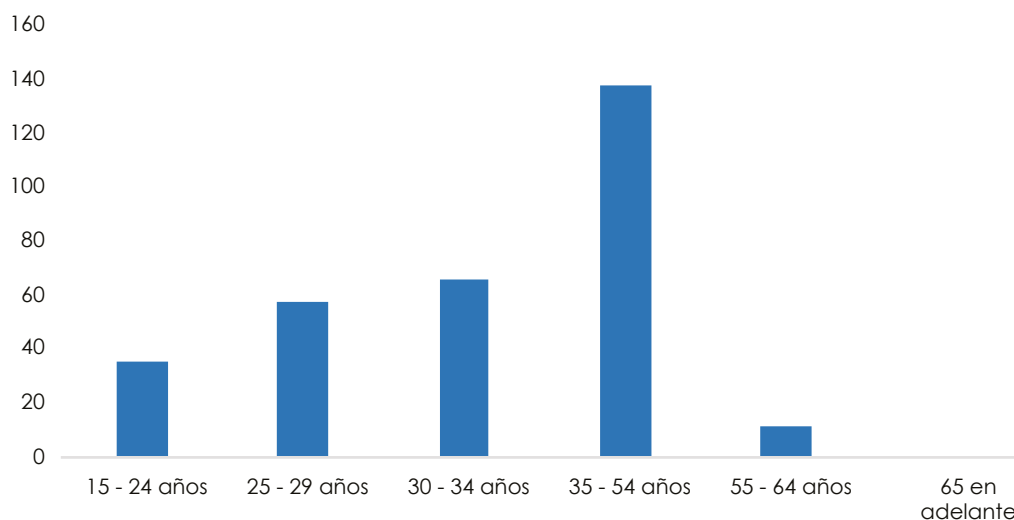
El caso de las tarjetas de débito es muy similar al de las cuentas de ahorros como se puede observar en los Gráficos 38 y 39.

Gráfico 38. Trabajadores que tienen una tarjeta de débito por nacionalidad



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales
(Grupo FARO – septiembre 2020)

Gráfico 39. Trabajadores que tienen una tarjeta de débito por edad

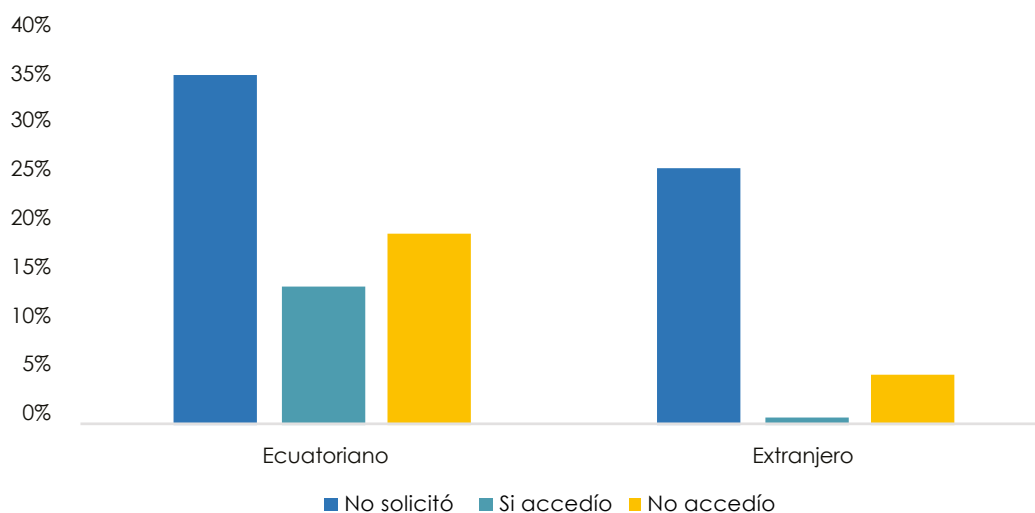


Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

En relación al acceso a crédito de instituciones financieras se puede mencionar que el 15% de los encuestados recibió crédito de alguna institución financiera. No obstante, cabe destacar que el 61% no solicitó un préstamo.

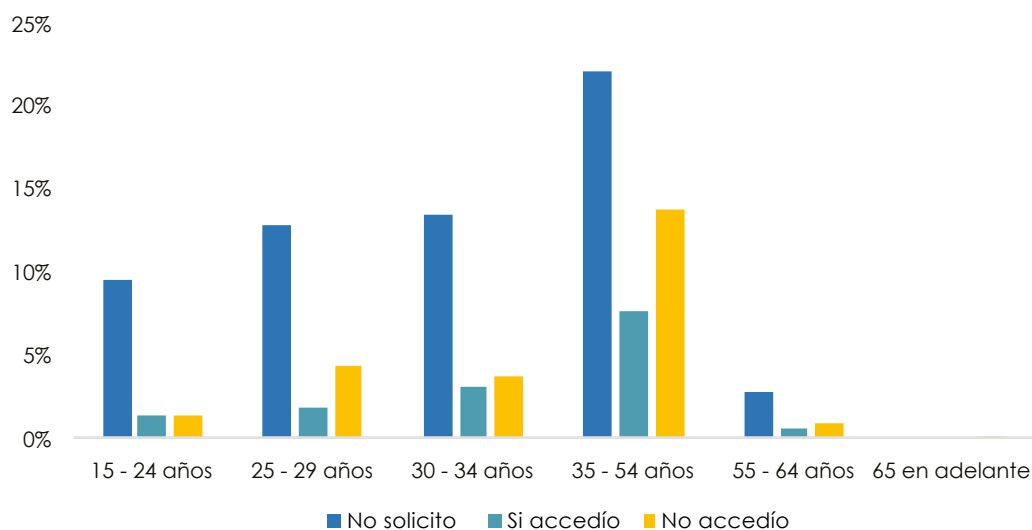
Los Gráficos 40 y 41, muestran la edad y nacionalidad de las personas que pudieron acceder a un crédito, las que no pudieron acceder y las que no lo solicitaron.

Gráfico 40. Acceso a crédito por nacionalidad



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

Gráfico 41. Acceso a crédito por edad



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

Las principales razones para no poder acceder a un crédito fueron que los trámites son largos y confusos, no tener un garante, no tener propiedades, tener un historial crediticio no confiable y no tener estabilidad laboral.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este documento evidencia la composición y condiciones de trabajo de las personas que laboran a través de plataformas digitales de entrega a domicilio y de transporte en la ciudad de Quito. Además, muestra cambios relevantes que han surgido desde el inicio de la emergencia sanitaria, el acceso a crédito y productos financieros y las percepciones sobre su trabajo.

La información recabada indica que este sector está compuesto principalmente por hombres (97%), mestizos (79%), que han culminado la secundaria o han alcanzado algún nivel de educación superior (89%). La mayoría de los trabajadores son jefes de hogar (87%), ecuatorianos (68%) y su trabajo con la plataforma es su única actividad económica.

Cabe resaltar que el 42% de las personas que fueron encuestadas iniciaron su trabajo con la plataforma durante la emergencia sanitaria lo que da cuenta del reciente crecimiento del sector. Con relación a las condiciones laborales, cabe destacar que la mayoría no posee un contrato de trabajo (83%). Una proporción significativa de las personas le dedica a esta actividad más de 45 horas a la semana y trabaja los siete días de la semana. Sin embargo, los ingresos muestran una gran variabilidad y han disminuido significativamente desde el inicio de la emergencia sanitaria. Interesantemente, los datos revelan que trabajar con plataformas de

entrega resulta más rentable que con plataformas de transporte. Esto se debe a que los ingresos por hora son mayores en las plataformas de entrega y los gastos son menores.

Resulta importante notar que la mayoría de los trabajadores menciona que la principal razón que los llevó a trabajar en las plataformas digitales es que no tienen una mejor opción de trabajo y se encuentran poco contentos con la actividad debido a que los ingresos percibidos son bajos. Ello evidencia que estar en este sector de la economía responde a la falta de oportunidades y alternativas laborales que afrontan las personas en la ciudad.

Con el objetivo de evitar la precarización laboral y mejorar las condiciones de trabajo de las personas en el sector informal, los organismos internacionales consideran que se debe dar una transición del sector informal al formal. En este contexto, la Recomendación núm. 204 de la OIT, menciona varios objetivos y recomendaciones para la transición. Entre las principales estrategias adoptadas por los gobiernos para realizar la transición se encuentran, mejorar la productividad o capacidad económica, mejorar los marcos regulatorios, diseñar incentivos y mejorar los sistemas de verificación del cumplimiento de los sistemas y normas (OIT, 2018).

Las nuevas formas de trabajo dentro de la economía colaborativa han creado situaciones de precarización laboral para muchos trabajadores del sector. Sin embargo, son una alternativa de trabajo para las personas que no han podido conseguir una mejor opción y en la ciudad de Quito han absorbido a una cantidad significativa de personas en el contexto de la emergencia sanitaria, brindándoles algún sustento económico. Por ello es imperativo mejorar las condiciones de trabajo en este sector para que represente una opción de trabajo decente para las personas que se encuentran dentro de este.

Entre las principales recomendaciones de política pública se recalcan:

- Se observó en la encuesta que la gran mayoría de los trabajadores no cuentan con contratos de trabajo, esto hace que no cuentan con una afiliación a la seguridad social. En este sentido se recomienda fomentar medidas de protección social para que los trabajadores de las plataformas digitales no estén expuestos a condiciones precarias de trabajo y a una alta volatilidad de los ingresos.
- Llevar a cabo medidas para formalizar a los trabajadores, o en su defecto tomar acciones para dignificar el trabajo del sector a través del mejoramiento de las condiciones laborales.
- Es importante integrar a la discusión de regulaciones laborales, las necesidades de este nuevo sector. Se deben adaptar los mecanismos de tal modo que permitan mantener las nuevas formas de trabajo, pero respetando los derechos los trabajadores.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aloisi, A. (2016). Commoditized Workers. Case Study Research on Labour Law Issues Arising from a Set of 'On-Demand/Gig Economy' Platforms. *Comparative Labor Law & Policy Journal* 37(3), 653-690.

Aslam, A., y Shah, M. A. (2017). Taxation and the Peer-to-Peer Economy. International Monetary Fund.

Berg, J. (2016). Income Security in the On-Demand Economy: Findings and Policy Lessons from a Survey of Crowdworkers. *Comparative Labor Law & Policy Journal*, Vol. 37, No. 3. Champaign, IL USA

De Stefano, V. (2015). The Rise of the "Just-In-Time Workforce": On-Demand Work, Crowdwork, and Labor Protection in the "Gig-Economy". *Comparative Labor Law & Policy Journal* 37, 471-503.

Madariaga, J., Buenadicha, C., Molina, E. y Ernst, C. (2019). Economía de plataformas y empleo ¿Cómo es trabajar para una app en Argentina?, CIPPEC-BID - OIT. Buenos Aires, 2019.

OIT (2016). El empleo atípico en el mundo. Retos y perspectivas. Ginebra.

OIT. (2018). New technologies and the transition to formality: The trends towards e-formality. Working paper No. 247.

Parlamento Europeo (2017). Resolución sobre las condiciones laborales y el empleo precario.

Ruth Berins Collier, V.B. Dubal, y Christopher Carter. (2017). "Labor Platforms and Gig Work: The Failure to Regulate". IRLE Working Paper No. 106-17. <http://irle.berkeley.edu/files/2017/Labor-Platforms-and-Gig-Work.pdf>

7. ANEXOS

Anexo 1.

Metodología del muestreo y estrategias utilizadas para la aplicación de las encuestas.

Segmento de entregas:

La fórmula para el cálculo de la muestra del segmento de entregas fue:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + (Z^2 * p * q)}$$

Donde:

Z = nivel de confianza (95%)

p = Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado

q = Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 1-p

N = Tamaño del universo (7.000)

e = Error de estimación máximo aceptado (+/- 5.0)

n = Tamaño de la muestra

Por medio de información secundaria se establecieron los principales sitios de encuentro de los trabajadores en la ciudad de Quito:

- KFC AV. De La Prensa, sector Cotocollao
- Redondel Av. Luis Tufiño (La Rumiñahui)
- Condado Shopping
- Plaza de las Américas
- Afueras del CCI
- Afueras del Quicentro
- Afueras de Mcdonalds Av. Orellana
- Afueras de MAcDonalds Av. Patria
- Afueras de Burger King Av. Orellana
- Av. República del Salvador y Portugal
- Av. Isabel La Católica
- Oficinas de Glovo - Gaspar de Villaroel y Shyris
- Oficinas de Rappi - Japón y NNUU
- KFC de la Calle Michelena
- El Recreo
- Redondel de la Villaflora
- Afueras de Megamaxi Av. 6 de Diciembre
- Afueras de Supermaxi cuyos locales den a la calle (Multicentro, 12 de Octubre, Eloy Alfaro y Río Coca, 10 de Agosto, etc.)
- El Triángulo (Valle de los Chillos)

Los encuestadores acudieron a dichos puntos de la ciudad para levantar las encuestas. La recolección de información se realizó entre el 8 y 18 de septiembre de 2020. Para aplicar las encuestas se utilizaron las siguientes estrategias:

- Se registró el nombre y teléfono de los encuestados, antes de encuestarlos, en caso de que la encuesta no pueda ser concluida debido a que el trabajador deba atender un pedido.
- Se les consultó a los trabajadores el horario en el que podrían recibir una llamada en caso de continuar con la encuesta de forma telefónica, o por si preferían contestarla de esa manera.
- Se averiguó cuáles son las horas de mayor número de pedidos para procurar no encuestar en esos horarios y evitar deserciones por atender un pedido.

Segmento de transporte:

La fórmula para el cálculo de la muestra de encuestas para el segmento de transporte fue:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + (Z^2 * p * q)}$$

Donde:

Z = nivel de confianza (95%)

p = Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado

q = Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 1-p

N = Tamaño del universo (28.000)

e = Error de estimación máximo aceptado (+/- 5.0)

n = Tamaño de la muestra

El periodo de levantamiento de información fue del 8 al 18 de septiembre de 2020. Se utilizaron diversos métodos de contacto para poder aplicar las encuestas:

- Todos los encuestadores instalaron en sus teléfonos las aplicaciones de transporte de personas con la finalidad de solicitar un vehículo, abordar al conductor, explicar que se está realizando un estudio, encuestarlo en el momento, o pedir su número de teléfono para encuestarlo telefónicamente. Con el fin de que los conductores no se vieran perjudicados al atender una solicitud que no es real, se acordó que se les reconocería el valor de una carrera mínima a quienes participaran en el estudio de esta manera.
- Método de bola de nieve: a cada conductor encuestado o contactado se le pidió que refiera a otros conductores para poderlos encuestar. Este método no tuvo mayores resultados debido a que muy pocos conductores conocen a otros.
- Abordaje a conductores de cooperativas de taxis ejecutivos y de cooperativas de taxis amarillos para determinar si dentro de ellos se usan estas aplicaciones. Este método también arrojó resultados positivos debido a que existen algunos taxistas amarillos que sí utilizan estas aplicaciones. En el segmento de taxis ejecutivos, su uso es más pronunciado, lo cual ayudó a aplicar encuestas por esta vía.

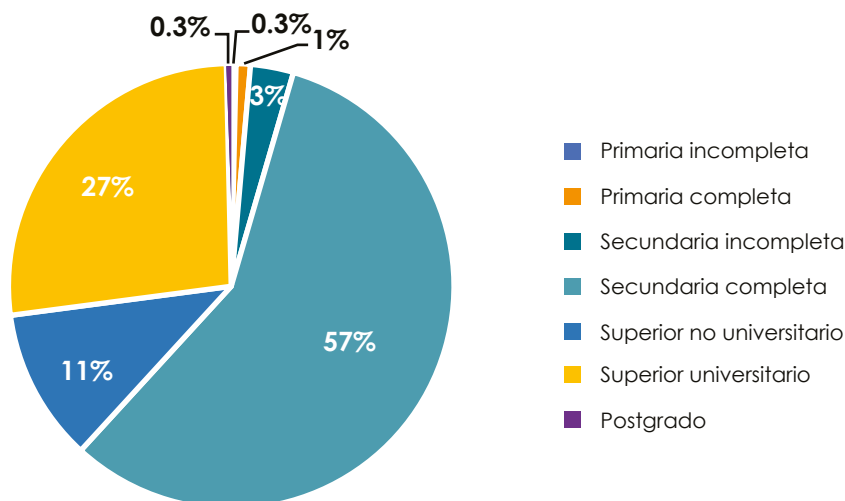
Anexo 2.

Caracterización sociodemográfica de los jóvenes (18 a 30 años) trabajadores en plataformas digitales en la ciudad de Quito

Un porcentaje significativo de personas empleadas por el sector de las plataformas digitales en Quito son jóvenes de 18 a 30 años. El 38% de los trabajadores que fueron encuestados pertenece a este grupo etario y el 98% son hombres.

El 38% de los jóvenes encuestados cuenta con educación superior. El 11% ha alcanzado la educación superior no universitaria, el 27% cuenta con educación universitaria y el 0,3 con posgrado. Otro porcentaje significativo es que el 57% culminó la secundaria.

Gráfico 48. Nivel de educación de los trabajadores de plataformas digitales de 18 a 30 años



Fuente: Encuesta trabajadores en plataformas digitales (Grupo FARO – septiembre 2020)

Por otro lado, El 47% de los jóvenes so extranjeros y el 53% son ecuatorianos.

Anexo 3.

Listado de entrevistas

Fecha de la entrevista	Cargo
20 de agosto de 2020	Secretaría de Movilidad, Dirección de Políticas y Planteamiento de la Movilidad
20 de agosto de 2020	Comisión Ocasional de Transporte de la Asamblea Nacional
27 de agosto de 2020	UBER
28 de agosto de 2020	Asociación Civil Venezuela en Ecuador
2 de septiembre de 2020	TIPTI
2 de septiembre de 2020	Rappi



DEL DICHO AL HECHO

Es una iniciativa de Grupo FARO que tiene como objetivo reducir la brecha informativa entre las acciones del Gobierno y lo que conoce la ciudadanía.

Del Dicho al Hecho propone realizar un acompañamiento ciudadano en la implementación de políticas específicas y elaborar recomendaciones sobre la base de la evidencia y de los aportes que provienen desde los diferentes sectores: academia, sociedad civil, etc.



En este informe presentamos evidencia sobre la composición y situación de los trabajadores de plataformas digitales de entrega y transporte, identificando quiénes se dedican a esta actividad y qué resultados obtienen por su desempeño. Además, se establecen recomendaciones de política pública de empleo, que incluyan la perspectiva y necesidades de este sector.

Directora Ejecutiva de Grupo FARO

Ana Patricia Muñoz

Directora del Área de Democracia, Transparencia y Ciudadanía Activa

Estefanía E. Terán Valdez

Directora del Área de Investigación y Evaluación de Políticas Públicas

María Caridad Ortiz

Coordinación de Comunicación

Andrea Zumárraga

Equipo de investigación

Camila Ulloa Torres

Estefanía Suárez

Diseño y diagramación

Aquattro

Esta es una publicación de Grupo FARO
Quito, mayo de 2021



Grupo FARO, ideas y acción colectiva

Diego de Almagro y Pedro Ponce Carrasco.

Ed. Almagro Plaza, of. 912

Telfs.: (593 2) 5 108 011 / 5 133 065

Código Postal: 170508 / Quito - Ecuador



Organización
Internacional
del Trabajo