

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA



TESIS DOCTORAL

Mi empresa es mi cuerpo: el caso de los repartidores en la economía de
plataformas

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Felipe Diez Prat

DIRECTORAS

Débora Ávila Cantos
Adela Franzé Mudanó

Universidad Complutense de Madrid
Facultad de Ciencias Políticas y Sociología
Doctorado en Sociología y Antropología



**Mi empresa es mi cuerpo: el caso de los repartidores en la
economía de plataformas**

Felipe Diez Prat

Débora Ávila Cantos y Adela Franzé Mudanó

Agradecimientos

La verdad es que estaba esperando este momento, que siempre se deja para el final. Se cierra una etapa de mi vida que me ha marcado profundamente. Quizás es raro, pero me da cierta nostalgia. Durante todos estos años me he refugiado en estas páginas, entregándoles la esperanza profunda de que sean útiles. Cada palabra está escrita con esa ilusión. Por eso mismo, no puedo poner el punto final a este trabajo sin recordar a todos y todas quienes han sido parte íntegra de él. Esto me toca firmarlo a mí, pero sé muy bien que no llegué hasta aquí solo, habría sido imposible. Son muchos y muchas los que me han acompañado y han permitido que esto exista. Espero de todo corazón haber estado a la altura.

Para comenzar, a la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo de Chile (ANID) y su programa de becas para doctorado en el extranjero, gracias al cual finalmente esta tesis ha podido mantenerse en el tiempo y llegar a buen puerto. Me ciño a sus recomendaciones y estrictas siglas, así que todo mi agradecimiento para: ANID BECAS/DOCTORADO BECAS CHILE 72190074

De modo más íntimo, palabras de cariño y admiración para mis profesoras: Débora y Adela, que han confiado en mí y han estado dispuestas de buena gana a sacar adelante este proyecto, guiándome y escuchándome. Han tenido el detalle inconmensurable de intentar encontrarle el sentido a cada palabra escrita, siempre buscando ponerse en mi lugar. Eso lo voy a guardar. La verdad es que sin ellas esto habría sido simplemente un desastre.

A mis compañeros de Riders X Derechos, que hemos levantado y dado forma a un movimiento que ha superado todas las expectativas que pudimos albergar en un principio. En especial a Nuri, Martino, Fernando, Felipe, Dani y Juanjo. Juntos hemos ido desentrañando el mundo de las plataformas de trabajo y los desafíos que propone a la organización de los trabajadores. Y juntos hemos construido un discurso crítico y potente para hacerle frente. Nadie se imaginó que de los repartidores nacería un colectivo a la vez aplicado y combativo, que daría la cara y sería capaz de luchar contra los principios de un modelo que pocos cuestionaban al principio.

A mi querido amigo, Rubén Ranz. La gente debe saber que una porción importantísima de todo lo que hemos podido avanzar en España sobre la regularización de las plataformas de trabajo es gracias a él. Pocas veces se ha visto a un tipo con semejante vocación, nobleza y altruismo en su actuar. Un defensor de los intereses y derechos de los trabajadores en toda regla y un ejemplo a seguir.

Cómo no, a mis demás compañeros repartidores, y muy en especial a Néstor Pérez, una de las tres personas que murió trabajando mientras se desarrollaba esta investigación... Podría haber sido cualquiera de nosotros. Hemos sido parte de una historia que merece ser contada y explicada.

A mis amigos y amigas de todo este camino, que se han transformado en parte de mi familia en España. Fundamentalmente al Gaby, Mogli y Pablito, que me han hecho sentir en casa y estuvieron ahí en los momentos más duros de todo este viaje.

A mi vieja querida, que sin ella nada de esto habría sido posible.

A mis hermanos: el rolo, la fran y el negro....

Pero muy particularmente a mi querida Reyes, mi compañera, que me cambió y revolucionó la vida. Gracias infinitas por la humildad de hacer de esto también un proyecto tuyo, por apoyarme y sostenerme en los momentos más difíciles, aunque sobre todo por hacer tan especiales los más felices; por nuestras eternas conversaciones, por escuchar todas y cada una de mis ideas y también por compartir las tuyas... Las formalidades dictan que esto lleve mi nombre, pero sabemos bien que es de los dos. Que quede registrado:

Autores: Reyes Álvarez Silvestre y Felipe Diez Prat.

Y, por último, pero muy especialmente, a nuestra hija amada, Jimena. Nunca en la vida voy a olvidar que esta tesis la escribí de noche para poder pasar los días contigo y no perderme ni un segundo de jugar y crecer juntos. La mejor decisión. Si en algún momento llegas a leer esto, hija mía, tienes que entender que aquí no sólo hay información, a todas estas letras las sostiene algo mucho más importante: el respeto profundo por el de al lado y el deber de pelear con fuerza por lo que uno siente que es correcto. No tenemos nada más.

Aclaración sobre el uso del género

El siguiente trabajo está escrito casi exclusivamente utilizando el género masculino. Se habla de *el trabajador*, *el sujeto*, *el repartidor*, etc. Lo mismo sucede con los plurales. Lo hice así por dos cosas: por una parte, por una economía y simplificación del lenguaje al momento de redactar; y, por otra, porque en realidad el fenómeno que aquí estudiamos, *los repartidores* de plataformas, está compuesto prácticamente en su totalidad por hombres. Sin embargo, no puedo dejar de hacer esta aclaración para explicar que sí hay mujeres en el mundo que abordaremos, y que, como veremos, han sido fundamentales en su desarrollo. De modo que cuando digo, por ejemplo, *los repartidores*, es una generalización para referirme al total de las personas trabajadoras del sector. En cambio, cuando me refiero particularmente a mujeres repartidoras, será casi siempre para hablar de las líderes de los movimientos que encabezaron las reivindicaciones para mejorar las condiciones de trabajo.

Nota

Hay diferentes apartados de la tesis que han sido publicados en distintos espacios. Esto tiene principalmente dos razones: primero, porque por momentos el proceso de investigación se ha entremezclado con la lucha por abrir y regular el trabajo en plataformas digitales, lo que llevó a que algunos de los avances que fui logrando aquí, los utilizara en esos espacios, y viceversa; y, segundo, por un tema laboral, pues he tenido la fortuna de poder trabajar en los últimos años dedicado exactamente al tema que trata esta investigación, lo que ha hecho inevitable la transmisión de información cruzada. De todos modos, aunque en cada apartado publicado hay una nota a pie de página indicando su ubicación y referencia para encontrar el detalle en la bibliografía, dejo aquí la especificación:

- Desde la página 36 a la 42 están publicadas en el blog del Observatorio de Trabajo, Algoritmo y Sociedad, en la entrada titulada: “*Principios del trabajo en plataformas digitales*” (Diez, 2022a), disponible en:
<<https://observa-tas.org/wp-admin/post.php?post=262&action=edit>>
- Desde la página 119 a la 125 están publicadas en el blog del Observatorio de Trabajo, Algoritmo y Sociedad, en la entrada titulada: “*Objetivos generales y modo de financiación en las plataformas digitales de trabajo*” (Diez, 2022b), disponible en:
<<https://observa-tas.org/wp-admin/post.php?post=256&action=edit>>
- Desde la página 129 a la 137 están publicadas en el blog del Observatorio de Trabajo, Algoritmo y Sociedad, en la entrada titulada: “*¿Qué tipos de trabajo mediante plataformas existen y cuáles son sus condiciones?*” (Diez, 2022c), disponible en:
<<https://observa-tas.org/wp-admin/post.php?post=258&action=edit>>
- Un resumen de los apartados Contextualización, Análisis y Conclusiones está publicado en el informe del Observatorio de Trabajo, Algoritmo y Sociedad titulado: “*Las plataformas de reparto y la “Ley rider” en España*” (Diez, 2022d), disponible en:
<<https://observa-tas.org/wp-admin/post.php?post=355&action=edit>>

- El capítulo “Las cuentas alquiladas” del Análisis, desde la página 288 a la 309, fue elaborado para un informe de UGT: “*Informe sobre la explotación laboral de las plataformas digitales de reparto*” (Diez et al., 2020), aunque con el tiempo ha sufrido varias transformaciones. Allí también se publicaron cuatro transcripciones de entrevistas que aquí utilizamos, a Juanjo, Karol, Vicente y Jaime. Está disponible en: https://www.ugt.es/sites/default/files/informe_no_habra_futuro_para_impresion.pdf
- El capítulo titulado “El frente legislativo y social: la batalla cultural” del Análisis, desde la página 353 hasta la 404, fue escrito para el informe de UGT: “*Análisis de la presión política y social de las plataformas de reparto*” (Diez et al., 2021a), aunque también ha sufrido varios cambios. Allí también se publicaron dos transcripciones de grabaciones de audio que aquí utilizamos: “Audio Diana Morato” y “Reunión en Tribunal con Darío Álvarez”. Está disponible en: https://www.ugt.es/sites/default/files/analisis_presion_politica_social_plataformas_reparto-informe_con_autor_0.pdf
- Además, hay trozos del capítulo “Capitalismo de datos: plataformas y algoritmos” del Marco referencial, desde la página 102 a la 119, que utilicé para una guía de UGT titulada: “*Guía para comprender el nuevo capitalismo de datos, la economía de plataformas y sus riesgos*” (Diez et al., 2021b), disponible en: https://www.ugt.es/sites/default/files/guia-algoritmos_ediciondigital_con_autor.pdf
- Una parte del capítulo “El comienzo de todo”, entre la página 27 y la 31, y un resumen del Análisis, se puede encontrar en el artículo “*Mi experiencia como repartidor de Deliveroo y el intento por articular nuestra lucha desde la estructura sindical de UGT*” (Diez y Ranz, 2020), publicado en la revista Teknokultura.

Instrucciones

A lo largo del trabajo utilizaremos material audiovisual de apoyo, están debidamente señalados como parte de los Anexos digitales, donde además se encontrarán los Esquemas, Fotografías, Capturas de Pantalla, Imágenes y Tablas utilizadas. Todo está disponible en:

https://drive.google.com/drive/folders/18Xm-ElrJwOSYBwwmf5d_ASBoe2pnv2ae?usp=sharing



Soy un animal de ciudad y estoy enloquecido en aprender a ganar;
codificado en carne, sueños y humanidad;
que se me han transformado en una necesidad... de andar despierto.
Traté de aprender a pensar, mas la filosofía no me puede ayudar;
en la voraz tarea de juntar humildad y avasallar los egos que me han de encadenar;
al laberinto eterno de la ferocidad y a la dicotomía de morir o matar;
tratando de alcanzar alguna seguridad, alguna sincronía al ritmo de la ciudad.

Animal de ciudad (Paisano, 2015).

Contenido

Resumen	18
Abstract.....	20
Introducción	23
El comienzo de todo	27
Posición en el campo	31
Contextualización.....	36
1. La crisis del 2008 y el auge de las plataformas de trabajo	37
2. Herramientas para moverse fácilmente en el mercado	40
3. Capital especulativo flotante	42
4. El discurso	43
5. Algunos datos de su relevancia y penetración en el mercado	45
Presentación del problema de investigación	49
1. Los autónomos y el crecimiento de las plataformas	51
2. Principales aspectos de la organización del trabajo	55
2.1 Principios generales del modelo de trabajo	56
3. La batalla judicial y el frente legislativo	59
Planteamiento del problema de investigación	63
Preguntas de investigación.....	64
Objetivos generales	64
Objetivos específicos	65
Justificación del objeto de estudio y relevancia socioantropológica	65
Marco referencial	70
El neoliberalismo	71
1. Pequeña historia del neoliberalismo	73
2. Principios básicos.....	77
3. La competencia como mecanismo regulador.....	79
4. El sujeto empresa	82
5. El ordoliberalismo alemán y el anarcoliberalismo austroamericano	84
6. El coaching	87
Historia de las plataformas de trabajo	88
Silicon Valley: cuna de la cultura del riesgo.....	90
1. El <i>flower power</i> informático	91
2. La cibercultura	95
3. El emprendedor de internet y la ética <i>hacker</i>	97

3.1 Steven Jobs, el ejemplo perfecto de emprendimiento y ética <i>hacker</i>	100
Capitalismo de datos: plataformas y algoritmos	102
1. El fracaso de las punto-com.....	102
2. De los problemas para generar rentabilidad al desarrollo del invento central.....	103
3. La explotación de los datos.....	105
3.1 Google y el comienzo de la era de recolección de datos a mansalva	106
3.2 Las redes sociales y el teléfono inteligente: las plataformas como soporte de la vida cotidiana	107
4. El optimismo tecnológico	110
5. Plataformas y algoritmos, el soporte tecnológico de la revolución digital	112
Imagen 1. Algoritmos.....	113
Economía de plataformas y plataformas de trabajo	119
1. Algunas definiciones	119
2. Objetivos y modo de financiación	121
Tabla 1. Resultado por año de actividad	123
3. Economía de plataformas: soportes para la vida cotidiana en los nuevos tiempos	125
4. Plataformas de trabajo	129
4.1 Plataformas de trabajo online	130
a) Concursos	130
b) Competencia.....	131
c) Microtareas.....	131
4.2 Plataformas offline o según ubicación	132
a) Plataformas de alquiler de bienes	132
b) Plataformas de servicios.....	133
• Plataformas de cuidados	133
• Plataformas de limpieza	134
• Guías turísticos.....	135
• Plataformas de salud	136
Esquema 1. Plataformas de trabajo	137
La economía colaborativa.....	139
Esquema 2. Economía de plataformas	143
Los mejores ejemplos: Uber y Airbnb.....	144
Marco metodológico.....	149
Diseño de la investigación	150
1. Transformaciones del campo, mi posición y el diseño de investigación.....	151

2017-2018.....	151
2018-2020.....	152
2020-2022.....	156
Herramientas de investigación	158
1. La autoetnografía.....	158
2. Entrevistas semiestructuradas	160
3. Recolección de datos secundarios.....	161
Dificultades de la investigación	162
1. La polarización	163
2. Las entrevistas	163
3. Acceso información relevante, fenómeno en desarrollo y saturación personal.....	165
Análisis	166
Parte I	167
Plataformas de reparto.....	168
1. La escena española	168
Deliveroo	169
Glovo.....	171
Uber Eats	174
2. Modelo de negocios	174
2.1 La “generación uno” y la “generación dos”	174
2.2 Coordinar mercados mediante relaciones tripartitas	177
Esquema 3. Modelo de negocio plataformas de reparto	178
2.3 Dark Kitchens y dark stores	179
Imagen 2. Publicidad Tierra	182
Imagen 3. Publicidad Bendito Burrito.....	182
Fotografía 1. <i>Dark store</i> Glovo.....	184
Fotografía 2. <i>Dark kitchen</i> Uber Eats.....	185
Fotografía 3. Carteles en rechazo a las <i>dark kitchens</i> en Cuatro Caminos, Madrid	186
Fotografía 4. Carteles en rechazo a las <i>dark kitchens</i> en Cuatro Caminos, Madrid	187
3. Algunos datos de su expansión en el mercado español	187
Los repartidores y el trabajo.....	189
1. La estructura fundamental	190
Captura de pantalla 1. Aplicación repartidores de Deliveroo	191
1.1 Las Tarifas	193
1.2 Las horas y la carga de trabajo: <i>franjas, slots, misiones, viajes</i> y la caza de horas.....	193

1.3 El riesgo.....	194
2. El día a día de los repartidores	196
2.1 Cuando el campo de trabajo es la ciudad.....	197
2.2 Los partners	200
Fotografía 5. Repartidores esperando.....	202
2.3 Las facultades de los clientes.....	202
2.4 Los descansos	203
La organización del trabajo.....	208
1. La producción de expectativas	212
Imagen 4. Publicidad Deliveroo para captar repartidores	218
1.1 El escenario cotidiano.....	219
2. Sistemas de reputación	221
Tabla 2. Sistemas de reputación.....	224
Captura de pantalla 2. “Mis entregas”	225
2.1 La lucha por las horas en Glovo	226
Esquema 4. Sistema de reputación Glovo	227
2.2 La lucha por las horas en Deliveroo.....	228
2.3 El objetivo: un trabajo bien remunerado	229
3. El entramado de la organización del trabajo.....	231
• Las principales disposiciones y estrategias de los repartidores	233
- La disciplina personal y las tres situaciones claves del trabajo	240
a) Los trayectos.....	242
Fotografía 6. Repartidor siendo atendido por ambulancia	245
Fotografía 7. Sutura	244
Fotografía 8. Operación tibia y peroné.....	244
b) Cazar horas	245
c) Los ratos muertos	248
4. El equipo de Soporte	251
Captura de pantalla 3. Conversación con Soporte	252
5. La Gerencia y la gestión del marco de trabajo	260
Captura de pantalla 4. Mensaje Deliveroo por alta demanda	263
5.1 La lógica de los bonos.....	264
Captura de pantalla 5. Bonos Uber Eats.....	266
Captura de pantalla 6. Bonos Glovo	267
Captura de pantalla 7. Bonos con nieve	268

5.2 La lógica de las tarifas.....	270
5.3 El cambio.....	273
Ecuación del rendimiento: reflexiones sobre la organización del trabajo y los repartidores	277
Esquema 5. Ecuación del rendimiento	287
Las cuentas alquiladas	288
1. Cómo funcionan.....	289
Esquema 6. Alquiler de cuentas	290
2. La situación migratoria	292
3. ¿Un punto ciego en la plataforma?	296
4. La arremetida de Uber Eats	299
4.1 El modelo de expansión Uber.....	300
Esquema 7. Estructura de servicios de Uber Eats	301
4.2 Las flotas de autónomos de Uber Eats	303
Esquema 8. Flota de autónomos	305
5. La lucha contra las cuentas alquiladas.....	307
6. Un pequeño relato sobre los repartidores fallecidos	309
Parte II	312
El escenario internacional.....	314
1. Reino Unido, Francia e Italia: los ejemplos de la discusión en Europa.....	315
2. California.....	321
La batalla judicial en España.....	325
1. La configuración del problema	326
2. De porqué los repartidores son considerados falsos autónomos	328
2.1 Sentencia del juzgado de lo social Nº6 de Valencia - 1 de junio del 2018	330
2.2 Sentencia del juzgado de lo social Nº33 de Madrid – 11 de febrero del 2019	330
2.3 Sentencia del juzgado de lo social Nº1 de Gijón – 20 de febrero del 2019.....	332
2.4 Sentencia del juzgado de lo social Nº5 de Valencia – 10 de junio del 2019.....	332
2.5 Sentencia del juzgado de lo social Nº19 de Madrid – 22 de julio del 2019.....	333
2.6 Sentencia del juzgado de lo social Nº24 de Barcelona – 18 de noviembre del 2020.....	333
Captura de pantalla 8. Mensaje de Glovo	334
2.7 Sentencia del Tribunal Supremo – 25 de septiembre del 2020.....	334
3. Las estrategias de las plataformas en la batalla judicial.....	335
3.1 La inseguridad jurídica	336
Captura de pantalla 9. Plantilla Glovo para Seguridad Social.....	338
3.2 Sentencias en contra y a favor... La evidencia de la inseguridad jurídica.....	340

a) Auto del Tribunal de Justicia de la Unión Europea	341
b) Entrevista a Miguel Ferrer	342
c) Mensaje de Glovo a los repartidores	343
d) La promoción de la Ley de movilidad francesa en España	344
3.3 La transformación constante	345
4. Los repartidores y el lío administrativo: las consecuencias de la batalla judicial.....	347
Frente legislativo y social: la batalla cultural.....	353
Esquema 9. Línea de tiempo Frente legislativo y social	356
1. El nacimiento de las asociaciones pro-autónomos	357
1.1 La imposición del TRADE y el surgimiento de Riders X Derechos.....	357
<i>Verano del 2017</i>	357
Imagen 5. Afiche creado durante el periodo de movilización	358
Imagen 6. Panfleto movilizaciones	359
Captura de pantalla 10. Correo Deliveroo comunicando Cese de colaboración.....	361
Imagen 7. Afiche huelga	362
Fotografía 9. Huelga repartidores de Deliveroo, Madrid	363
2. La respuesta de Deliveroo y el nacimiento de las asociaciones pro-autónomos.....	365
<i>Finales del 2017</i>	365
2.1 AsoRiders, la primera asociación pro-autónomos.....	368
<i>Año 2018 – Inicio de la Expansión agresiva</i>	368
2.2 El macro-juicio de Madrid.....	373
<i>Mayo del 2019</i>	373
3. Los fundamentos de las asociaciones pro-autónomos.....	374
<i>Año 2019</i>	374
4. El anuncio de la regulación y las asociaciones pro-autónomos	378
<i>Mediados del 2020</i>	378
• Asociación Española de Riders Autónomos -AsoRiders-.....	379
• Asociación Profesional de Repartidores Autónomos -APRA-	379
Fotografía 10. Reunión dirigencia Glovo, repartidores y miembros de APRA en Madrid – 17 de junio del 2019	380
• Asociación Autónoma de Riders -AAR-	382
Captura de pantalla 11. Publicación de AAR sobre Fondo de emergencia	383
Captura de pantalla 12. Publicación de AAR en las oficinas de Deliveroo	384
• Repartidores Unidos -RU-	384
5. La campaña de presión.....	386

<i>Verano del 2020</i>	386
5.1 La irrupción de Repartidores Unidos y las primeras manifestaciones	387
Imagen 8. Afiche convocatoria primera manifestación Repartidores Unidos.....	387
5.2 La radicalización.....	391
Fotografía 11. Repartidor protestando contra la regulación del sector.....	392
6. El diálogo social.....	393
<i>Finales del 2020</i>	393
7. El auge de las asociaciones pro-autónomos.....	395
8. La última batalla: el proceso de aprobación de la “Ley rider”	400
<i>Año 2021</i>	400
Fotografía 12. Protesta Repartidores Unidos frente al Congreso de los diputados. Madrid, 2021	402
9. Finalmente, la ley.....	404
Reflexiones sobre el diálogo social	405
1. La persecución	405
Fotografía 13. Terrorismo laboral sindicoestatal	406
2. La toma de posición de los repartidores	408
3. Las principales conquistas del discurso de plataformas y asociaciones pro-autónomos... 413	
4. Espacios de gobernanza anarcoliberales en sociedades ordoliberales.....	418
Conclusiones	420
1. Las plataformas y la ley.....	421
2.1 La presunción de laboralidad.....	421
• Deliveroo.....	421
• Uber Eats.....	422
Captura de pantalla 13. Aviso despido Uber Eats.....	422
• Glovo	424
Captura de pantalla 14. Autónomo o laboral.....	425
Captura de pantalla 15. Multiplicador personal.....	426
Captura de pantalla 16. Multiplicadores cada 30 minutos.....	427
Captura de pantalla 17. Fórmula para calcular el pago por pedido	427
2.2 El acceso de los representantes de los trabajadores a los algoritmos	429
3. El emprendedor disruptivo y la escasa voluntad de sanción	431
4. Los datos y la realidad deformada.....	433
5. El consumo responsable	435
Bibliografía	439

Resumen

Título. Mi empresa es mi cuerpo: el caso de los repartidores en la economía de plataformas

Introducción. Tras la Gran Recesión del 2008, y a consecuencia del conjunto de políticas basadas en la austeridad y los recortes sociales que la siguieron, se creó el contexto propicio para la explosión de las plataformas digitales de trabajo, empresas con sello tecnológico y transgresor que coordinan la oferta y demanda de un sector determinado del mercado para poner en contacto a trabajador y consumidor, llevando la posibilidad de emprender hasta la palma de la mano. El objetivo de su actividad es anticiparse a los hechos para pasar de gastos fijos -trabajadores contratados- a gastos puntuales -tareas cumplidas-, proceso que ha sido posible de modo masivo gracias a la recolección y análisis sistemático de datos a través de algoritmos automatizados, lo que les ha permitido crear una estructura empresarial hiperflexible. Esto es lo que se ha dado a conocer como la cuarta revolución industrial, economía de plataformas o economía colaborativa.

Problema de investigación y objetivos. En España, el caso más emblemático es el de las gigantes plataformas de reparto a domicilio: Deliveroo, Glovo y Uber Eats. Sin embargo, la irrupción de su modelo no ha estado lejos de los conflictos. De hecho, en el último tiempo hemos presenciado toda una batalla a nivel político, legislativo, judicial, social, sindical y empresarial, que se ha extendido por más de cuatro años, acumuló más de 40 sentencias por utilizar falsos autónomos, generó una deuda millonaria a la Seguridad Social y derivó en que se hiciera necesario formular una regulación específica. A pesar de todo ello, las plataformas no dieron nunca su brazo a torcer y lograron articular una campaña para luchar contra la regulación del trabajo e intentar legitimar su fórmula de organización ante la sociedad.

Por tanto, para comprender este conflicto y sus distintas dimensiones, durante nuestra investigación seguiremos los siguientes objetivos: primero, descubrir y explicar cuáles son las transformaciones, tanto en las relaciones económicas y laborales como en las formas de ser y pensar al sujeto trabajador, que guardan en sí la explosión y consolidación de las nuevas empresas de reparto que funcionan a través de plataformas digitales; y,

segundo, identificar y poner en contexto los medios y estrategias utilizadas para intentar legitimar su modelo ante la regulación del trabajo y la sociedad.

Resultados. El caso es que, en las distintas plataformas, la condición de autónomo de los repartidores estaría justificada por el propio modelo, que aseguraría la flexibilidad de poder elegir cuándo, cómo y dónde trabajar. Aquí es donde aparece el gran invento del sector: los sistemas de reputación, algoritmos que organizan la actividad. En concreto, son una función de las aplicaciones que permite a los usuarios y a la empresa evaluar el servicio ofrecido por los colaboradores, generando una calificación que determina su posición frente a sus compañeros. En términos simples, esto significa que la base de la organización del trabajo es la competencia. Los repartidores compiten por las horas y la carga de trabajo a través del sistema de reputación, que varía día a día.

A pesar de ser un claro elemento de laboralidad, los sistemas de reputación aún operan como cajas negras: nadie sabe exactamente bien cómo funcionan ni qué variables miden, ya que van siendo reprogramados de manera arbitraria y son resguardados con celo.

De esta manera, el resultado es la construcción de un sistema flexible y opaco que puede ser ajustado según las necesidades de cada momento, empujando a los repartidores a dar el máximo de sí. Se trata de la constante producción de las condiciones adecuadas para que cada cual, en pleno ejercicio de su libertad, tome por sí solo las decisiones buscadas. Todo esto ha permitido generar un modelo radical, que se ha desplegado como herramienta de presión para pujar por una regulación *ad-hoc* y legitimar una nueva figura de trabajador. Hablamos del Autónomo digital, un proyecto que en la práctica ha operado en la informalidad y que apunta directamente a un tipo ideal: emprendedores sin capital, clientes, infraestructura ni proyecto propio, por lo que es precisamente ahí donde reside su fuerza disciplinaria.

En consecuencia, a pesar de las casi 50 sentencias en contra, las empresas no han dado nunca la batalla judicial por perdida. Sin embargo, y al parecer, tampoco pretendían ganarla. Según todo indica, el objetivo fue transformarla en un proceso tedioso y agotador para seguir creciendo exponencialmente y plagar los tribunales con juicios de repartidores que pusieran en discusión la figura del autónomo y la necesidad de renovar los marcos regulatorios.

De tal modo que, cuando en junio del 2020, el Ministerio de Trabajo y Economía Social anunció que convocaría a un diálogo social para regular el sector, las plataformas comenzaron una campaña de presión para entorpecerlo y llevarlo a su favor, que tuvo como punta de lanza a las asociaciones de repartidores pro-autónomos: organizaciones que tenían la misión de respaldar la figura del colaborador y llevar a la práctica una nueva forma de representación entre los trabajadores de plataformas, intentando deslegitimar la entrada de la representación sindical. Así, ante el peligro de una regulación desfavorable, plataformas y asociaciones sacaron a relucir su lado más ideologizado y temerario, dando paso a campañas de terror entre los trabajadores, amenazas con despidos masivos, desinformación y represión sindical. Todo lo cual dejó entrever una política del todo vale que derivó en una polarización total, llegando a extremos sencillamente violentos: amenazas de muerte, persecución callejera, emboscadas y robo de vehículos.

A pesar de todo ello, finalmente la “Ley rider”, promulgada en agosto del 2021, reconoce la laboralidad de los repartidores. No obstante, y como era de esperar, las plataformas se han mantenido fieles a su línea de acción, de modo que las estrategias para no cumplirla se han extendido más allá de lo imaginable, tanto en el tiempo como en la forma. En consecuencia, aunque tras la promulgación de la ley ocurrieron varias cosas, ninguna ha sido la laboralización del conjunto de los repartidores.

Abstract

Title. My company is my body: the case of delivery riders in the platform economy

Introduction. After the Great Recession of 2008, and as a consequence of austerity policies and subsequent social cuts, the context was set for digital work platforms to thrive, i.e., companies with a technological and transgressive stamp that coordinate the supply and demand of a given market sector to connect workers and consumers, bringing the possibility of entrepreneurship just a few clicks away. The aim of their activity is to anticipate events in order to move from fixed costs -contracted workers- to one off costs -accomplished tasks-, a process made possible on a massive scale due to systematic collection and analysis of data through automated algorithms, which has allowed them to create a hyper-flexible business structure. This is what has become known as the fourth industrial revolution, platform economy or sharing economy.

Research problem and objectives. In Spain, the giant home-delivery platforms, Deliveroo, Glovo and Uber Eats, have become the most emblematic case. However, the irruption of their business model has not exempt from conflicts. In fact, in recent years we have witnessed a multilevel political, legislative, judicial, social, trade union and business battle, which has lasted more than four years, accumulated more than 40 judgments for using false self-employed, generated a millionaire debt to Spain's Social Security and led to the need of formulating a specific regulation. Despite this, the platforms never gave in and have carried out a campaign to fight against the regulation of work and socially legitimize their organizational formula.

Therefore, in order to understand this conflict and its different dimensions, during our research we will try to fulfill the following objectives: first, to discover and explain what transformations -both in economic and labor relations and in the being of and the ways the working subject is thought- which have stemmed from within the explosion and consolidation of the new delivery companies that operate through digital platforms; and, second, to identify and contextualize the means and strategies used in order to legitimize their model before the regulation of labor and society.

Results. On the various platforms, the fact is that the self-employed status of delivery drivers would be justified by the work model itself, which would ensure the flexibility of being able to choose when, how and where to work. This is where the great innovation of the sector comes in: reputation systems, i.e., the algorithms that organize the activity. Specifically, they are a function of the applications that allow users and the company to evaluate the service offered by the collaborators, generating a rating that determines their position in relation to their peers. In simple terms, this means that the basis of work organization is competition. Delivery drivers compete for hours and workload through the reputation system, which varies from day to day.

Despite being a clear element of labor, reputation systems still operate as "black boxes". No one knows exactly how they work or what variables they measure, as they are arbitrarily reprogrammed and jealously guarded.

The result is the construction of a flexible and opaque system that can be adjusted according to the needs of the competition at any given moment, pushing riders to give

their best. This assumes everyone, constantly in full exercise of their freedom and in the adequate conditions, makes their own decisions. All this has made possible the creation of a radical model that has been deployed as a lobbying tool to push for ad-hoc regulation and legitimize a new type of worker, the digital freelancer, which in practice has operated in informality and is aimed directly at an ideal type: entrepreneurs without capital, customers, infrastructure or their own project. This is precisely where its disciplinary strength lies.

Consequently, despite the almost 50 lawsuits against them, the companies have never given up the legal battle. However, it seems that they did not intend to win it either. According to all indications, the objective was to transform it into a tedious and exhausting process in order to continue growing exponentially and to plague the courts with lawsuits from delivery companies that would question the figure of the self-employed and the need to renew the regulatory frameworks.

Thus, when in June 2020, the Ministry of Labor and Social Economy announced that it would convene a social dialogue to regulate the sector, the platforms began a pressure campaign to hinder it and bring it in their favor, which was spearheaded by the associations of pro-autonomous delivery workers: organizations whose mission was to support the model and informally implement a new form of platform workers representation, trying to hinder the entry of union representation. Thus, faced with the danger of unfavorable regulation, platforms and associations brought out their most ideologized and reckless side, giving way to terror campaigns among workers, threats of mass dismissals, disinformation and union repression. All of which gave a glimpse of an free-for-all policy that led to total polarization, reaching violent extremes: death threats, street persecution, ambushes and vehicle theft.

In spite of all this, the "rider Law", enacted in August 2021, finally recognized the labor rights of delivery drivers. However, and as expected, the platforms have remained faithful to their line of action, so that the tricks to not comply with it have extended beyond imagination, both in time and form. Unfortunately, although several things happened after the enactment of the law, none of them has been the laborization of the delivery drivers as a whole.

Introducción

En los últimos años, en Madrid y gran parte del mundo hemos sido testigos del crecimiento explosivo de trabajadores independientes que recorren incansablemente los distintos rincones de las ciudades mientras prestan sus servicios a través de plataformas digitales. Se trata de empresas con una estructura mínima, que intentan actuar como intermediarias para coordinar la oferta y demanda de un mercado concreto y así poner en contacto a trabajador y consumidor, con lo que han dado paso a un nuevo y particular modelo, donde quien presta el servicio no forma parte de la empresa, sino que debe asumir la polémica figura de un “colaborador”. Esto es posible a semejantes niveles gracias a que las plataformas externalizan y organizan el trabajo mediante la recolección y análisis sistemático de datos a través de algoritmos automatizados y opacos, una técnica que ha permitido masificar su alcance y construir pujantes corrientes económicas, poniendo en tensión algunos consensos básicos. Nos referimos a fenómenos como el *crowdsourcing*, la *on demand* o la *gig economy*, que se han dado a conocer bajo nombres como la cuarta revolución industrial, capitalismo de plataformas, economía de plataformas, uberización de la economía o economía colaborativa. Lo cierto es que hablamos de un modelo cada vez más flexible y adaptable a las fluctuaciones del mercado, que ha irrumpido con fuerza para revolucionar el escenario de la competencia, el consumo y las relaciones laborales, y que viene acompañado de un seductor discurso que las presenta como la oportunidad histórica de aprender a rentabilizar los recursos y capacidades ordinarias para comenzar a emprender y transformarse en el propio jefe.

Durante la presente investigación, entonces, entraremos de lleno en el mundo de las plataformas digitales y su explosiva irrupción en el mundo del trabajo. Para ello, abordaremos el asunto guiándonos a través de uno de los casos más sonados a nivel mundial: las plataformas de reparto a domicilio y su ajetreada expansión en el mercado español, donde nos centraremos en la actividad en Madrid de las tres principales compañías del sector: Deliveroo, Glovo y Uber Eats.

Hablamos de empresas que no sólo han protagonizado una competencia encarnizada, mediante la cual han hecho crecer el mercado a pasos agigantados, sino que han desatado importantes conflictos a distintos niveles, pues, a medida que han ido saliendo a la luz algunos de sus principios y mecanismos operativos, también han quedado expuestas las contradicciones que plantean a la regulación laboral, lo que ha dado paso a una disputa

entre sindicatos, partidos políticos, los propios trabajadores y la administración en general; desencadenando en un largo recorrido judicial y legislativo que se extendió por más de cuatro años, generó una deuda millonaria a la Seguridad Social y acumuló casi 50 sentencias en contra por mantener a los repartidores como falsos autónomos. A pesar de todo ello, las empresas no sólo no dieron nunca la batalla por perdida, sino que desplegaron distintas tácticas para poner en discusión la figura del autónomo y alertar sobre la necesidad de renovar los marcos normativos.

Así las cosas, cuando en junio del 2020 el Ministerio de Trabajo y Economía Social anunció que convocaría a un diálogo social para regular el sector, las plataformas comenzaron una campaña de presión para entorpecerlo y llevarlo a su favor, la que tuvo como punta de lanza a las asociaciones de repartidores pro-autónomos: organizaciones que tenían la misión de respaldar la figura del colaborador y llevar a la práctica una nueva forma de representación entre los trabajadores de plataformas, intentando deslegitimar la entrada de la representación sindical en el sector. De este modo, ante el peligro de una regulación desfavorable, plataformas y asociaciones sacaron a relucir su lado más ideologizado y temerario, dejando entrever una política del todo vale que derivó en una polarización total entre los propios repartidores.

A pesar de todo ello, finalmente la “Ley rider” (RDL Ley 9/2021, de 12 de mayo), promulgada el 12 de agosto del 2021, decreta la existencia de relación laboral entre los repartidores y las plataformas, además de consagrar el acceso de los representantes de los trabajadores a los parámetros que consideran los algoritmos para organizar el trabajo.

No obstante, y como era de esperar, las plataformas se han mantenido fiel a su línea de acción, por lo que las estrategias para no cumplir con su ley exclusiva se han extendido más allá de lo imaginable, tanto en el tiempo como en la forma. En consecuencia, y aunque tras la promulgación de la ley ocurrieron varias cosas, ninguna ha sido la laboralización del conjunto de los repartidores. Todo lo cual permite comprender que la lucha por instaurar nuevos modos de trabajar y transformar los marcos normativos está lejos de llegar a su fin.

Por todo esto, nuestra investigación seguirá el camino disruptivo de las plataformas de reparto en su afán por revolucionar el estado de las cosas y presentar a la sociedad el futuro del trabajo, lo que nos dará luces sobre la forma que están cobrando las nuevas

batallas empresariales en nuestros días y los desafíos que suponen tanto para la organización de los trabajadores como para la institucionalidad en general. En todo este recorrido, podremos revisar y comprender los distintos fenómenos que han caracterizado al sector: el proyecto laboral que proponen, los principios políticos y económicos que lo sostienen, cómo funcionan las plataformas y sus algoritmos, los dilemas planteados a la regulación del trabajo y mediante qué estrategias lograron extender el conflicto por más de cuatro años, dando paso a una campaña para luchar por una regulación a la medida. Todo aquello, sin dejar de tener en cuenta cómo se insertan los repartidores en el entramado, la composición de sus jornadas, qué papel han desempeñado en el devenir del sector y cómo se configuran algunas de las principales estrategias diseñadas para llevar a cabo la actividad, considerando desde las características generales del colectivo hasta condiciones, posibilidades y expectativas personales.

El objetivo será traer al plano práctico los distintos elementos que conforman el mundo de las plataformas de trabajo y ver mediante qué prácticas específicas se despliegan en el día a día.

Para poder profundizar y desarrollar de manera coherente todo lo anterior, el enfoque que seguiremos a lo largo de nuestro camino estará basado en mi propia experiencia dentro del campo de investigación: desde que trabajé como repartidor en Deliveroo, entre el 2017 y el 2018; después como miembro del colectivo Riders X Derechos; y, por último, como agente sindical en la Unión de Trabajadoras y Trabajadores (UGT), entre el 2020 y el 2022, donde precisamente me dediqué al conflicto que culminó en la “Ley rider”, además de analizar y abrir espacios de representación en las plataformas de trabajo en general. En otras palabras, la principal herramienta que ha guiado la investigación durante todo este tiempo ha sido la autoetnografía, a través de la cual he podido registrar todo el desarrollo del problema: desde la primera actuación de Inspección de Trabajo sobre Deliveroo en 2017, en la que entré como afectado junto a 531 compañeros más, hasta la publicación de la “Ley rider”, en agosto del 2021. En síntesis, y aunque también nos apoyaremos en otras herramientas de investigación, tales como entrevistas a repartidores y extrabajadores de las plataformas, se trata de un estudio que en gran parte se compone de todo aquello que pude ir observando, registrando y analizando mientras se desarrollaban los principales hechos que han configurado el fenómeno y a medida que mi posición en el campo

cambiaba, por lo que contiene desde la experiencia como repartidor hasta un seguimiento al diálogo social que dio a luz a ley.

Por otra parte, todo esto también quiere decir que, por momentos, el proceso de investigación se ha entremezclado con el trabajo de apertura y esclarecimiento de los mecanismos operativos de las empresas. Hay algunos capítulos que fueron escritos como informes para denunciar determinados problemas y ofrecer explicaciones oportunas sobre lo que estaba sucediendo, lo que ha contribuido a acumular información y generar conocimiento sobre un sector que se ha expandido rápidamente.

Por último, es importante mencionar que esta tesis ha sido escrita antes, durante y después de la promulgación de la “Ley rider”, de modo que el estado de las cosas descrito es exactamente el que llevó a que fuera necesario formularla. Así, hasta que lleguemos a las Conclusiones, propongo el ejercicio de situarnos el día 13 de agosto del 2021, justo después de la publicación de la ley.

El comienzo de todo¹

Fui repartidor de Deliveroo desde febrero del año 2017 hasta mayo del 2018, cuando me desconectaron² -acto que aquí bautizaremos como el “Despido colaborativo”- tras haber ido a exponer a la Asamblea de Madrid como portavoz del movimiento Riders X Derechos e instar a los diputados a regularizar la situación de los repartidores de plataformas (Diez, 2018)³.

Cuando comencé en Deliveroo, prácticamente no tenía dinero y necesitaba encontrar un trabajo a toda costa. Además, al ser inmigrante, todo el proceso que me llevó hasta allí fue realmente difícil, porque a pesar de tener nacionalidad española -mi abuelo emigró en barco a Chile desde Barcelona durante la guerra civil-, el acento muchas veces actúa como una marca que te sitúa de inmediato en el grupo de los más fácilmente explotables, y eso, sumado a los desafíos de vivir en un país que no es el tuyo, hace que la presión por encontrar trabajo se haga cada vez más pesada y el margen de error se reduzca a cero. La gran mayoría de los extranjeros no tenemos una red de apoyo cercana que nos respalde: si no podemos pagar el alquiler, no tenemos la casa de algún familiar donde estar durante un tiempo, o que alguien nos cuide si tenemos un accidente. Y todo esto, poco a poco, va creando sensación de urgencia, ya que sabes que estás peleando día a día.

Llegué a Madrid el año 2015 para hacer un máster en Estudios avanzados en Antropología social y cultural en la Universidad Complutense. Cuando decidí viajar a España, lo hice simplemente por las ganas de seguir estudiando y aprovechar de conocer otro país, de tener experiencias nuevas. “*Si no es ahora, no será nunca*”, pensé. Pero no conocía a nadie ni tenía contactos, incluso tampoco recuerdo haber visto muchas fotos de Madrid. Aterricé y estaba totalmente desorientado y solo.

Una vez que terminé el máster, en septiembre del 2016, pensé que sería buena idea quedarme para trabajar en cualquier cosa que surgiera y preparar un proyecto de

¹ Hay partes de este capítulo que fueron publicadas en el artículo “Mi experiencia como repartidor de Deliveroo y el intento por articular nuestra lucha desde la estructura sindical de UGT” (Diez y Ranz, 2020).

² La “desconexión” es el término que se ha hecho popular para referirse al Cese de colaboración en plataformas digitales.

³ Dejo en Anexos digitales los vídeos de las dos intervenciones de la ponencia, están con el nombre: “1. Ponencia en Asamblea de Madrid”:

investigación para entrar a hacer el doctorado más adelante. Así que siguiendo el consejo de un buen amigo que me decía “*Buscar trabajo es un trabajo*”, me puse a buscar frenéticamente por todas partes.

Para decirlo sin pelos en la lengua, en esta locura por mantenerme viviendo en Madrid entré en un recorrido que me llevó a pasar por distintos tipos de trabajos de mierda: bares, dependiente, captador de socios en la calle, vendedor en ferias de navidad, etc. En varios estuve en “b” y no me pagaron lo que debían. Fue una etapa en la que me fui llenando de inseguridades y cada vez me sorprendía más de la inestabilidad que se estaba generando a mi alrededor. Las condiciones de trabajo fueron un quiebre con el imaginario – totalmente colonial- que tenía sobre Europa, lo cual me había desanimado bastante y me hacía sentir vulnerable. Veía que me estaba insertando en una masa de personas que transita por trabajos esporádicos en los que no se ofrecen seguridades ni horarios estables, y eso me tenía los nervios a flor de piel. Pero la necesidad lleva a que uno se movilice por varios medios y esté dispuesto a aceptar cualquier condición con tal de poder trabajar.

Lo que más me llamó la atención en este período fue que la gran mayoría de trabajos no ofrecía un sueldo seguro, sino una base mínima -200€ o así- y el resto era todo por comisión según objetivos, además que muchos exigían estar dado de alta como autónomo. Basta con ver InfoJobs o cualquier aplicación similar para darse cuenta de que el mercado laboral es presentado como un panorama abierto, plagado de oportunidades que incitan a asumir riesgos, donde no hay límite de ganancias y todo depende de la capacidad de agencia individual. Incluso el típico encabezado es: “*¿Te gusta trabajar por objetivos?*”. A pesar de ser un campo de batalla totalmente hostil, competitivo y repleto de incertidumbres (sin ingresos asegurados, horarios hiperflexibles y despidos al no alcanzar las metas), está impregnado de un discurso que lo muestra como una invitación al emprendimiento, como una oportunidad para los valientes que se atreven a hacer lo necesario para generar la mayor cantidad de ingresos posibles. Es un trabajo que cada cual debe realizar sobre sí mismo para generar una específica forma de ser y presentarse, mostrando una imagen que irradie ambición y gusto por el riesgo en la mirada, que refleje que realmente estás *mentalizado* para adaptarte, dominar y vencer en la competencia. Pero la sensación que a mí me generaba internamente a veces era totalmente la contraria. Había momentos en que realmente podía sentir un mal estar físico por los nervios y el vértigo de saber que, si quería luchar por comer y tener un techo, *debía aprender* a desenvolverme

en esos ambientes en los que me sentía un extraterrestre. Si de algo estoy seguro es de no ser una persona que irradia ambición y gusto por el riesgo en la mirada, quizás todo lo contrario. Pero tuve que intentarlo. Además, en situaciones así, tener formación en ciencias sociales hace las cosas aún más complicadas, porque pretendes entender las fuerzas invisibles que van configurando tu destino, y eso solamente lleva a sentirse como un títere en picada. De modo que, por lo menos en mi caso, todo esto se traducía en insomnio, irritabilidad e inseguridad, lo que me hacía tener una sensación de angustia constante en el estómago. Vivía sacando cuentas que ya me sabía de memoria y que todavía hoy, varios años después, todavía puedo recitar. Es un escenario en el que te vas sintiendo constantemente al límite, donde simplemente no puedes fallar. Y eso va creando lo que con el tiempo he identificado como un “Dispositivo militar mental”. Una relación contigo mismo basada en un disciplinamiento metódico, en la constante sensación de catástrofe que se debe evitar a toda costa modificando los comportamientos y rindiendo al máximo en cada espacio. Como si cada acción, de algún modo, estuviese inexplicablemente conectada al objetivo último de generar dinero. Todo lo cual genera procesos subjetivos totalmente estrictos y economicistas, puesto que las cuentas se transforman en la vara de medir el comportamiento propio. Se vive como un vuelco de todos tus pensamientos y prioridades al objetivo de la rentabilidad, lo que finalmente se traduce en que casi todo se cuestione desde la disciplina: *“¿Qué demuestro cuando voy a una entrevista? ¿Estaría bien si me doy un pequeño caprichito, aunque sea barato?, ¿realmente es el momento para relajarme y hacerlo? Porque ya sé que en cualquier momento pasa algo y no voy a tener dinero. Mejor debería guardarlo”*.

Fue en este proceso, cuando ya llevaba el ánimo por los suelos, que un día una amiga me habló de Deliveroo. Me contó que tenía un amigo que trabajaba de repartidor, que la paga era buena, que era entretenido y que en el último tiempo había visto a varios chicos en bicicleta por la ciudad con la mochila típica de la empresa. No tuve que pensarlo dos veces: me metí a la página web y al día siguiente ya estaba en la sesión informativa.

El resto de mi círculo me decía que no entrara, que hacerse autónomo era un timo, pero hay un momento en que uno está dispuesto a hacer lo que sea por trabajar, incluso a pagar una cuota mensual de autónomos. Así que de un día para otro y sin darme cuenta, pasé de estar al límite, sin trabajo y sin dinero, a ser oficialmente un emprendedor...

¿Las vueltas de la vida?

La sesión informativa fue en una oficina ubicada en Av. de Asturias 9, por Plaza de Castilla, a eso de las 16.00pm. La realizó una chica y un chico -que jamás nos dijeron qué función cumplían- y casi al final apareció un antiguo *rider* -así llaman a los repartidores al interior de la empresa- para contarnos cómo había sido su experiencia y cómo se desarrolla la práctica. La reunión era para explicarnos los detalles del trabajo y “aprovechar” de hacer la selección. Inmediatamente me llamó la atención que casi todos éramos latinos, en particular venezolanos, y ya luego con el tiempo me fui dando cuenta que prácticamente todos estábamos desesperados por trabajar.

Toda la presentación del modelo se sostenía sobre un entramado lingüístico que parecía sacado de un manual de capacitación para jóvenes emprendedores que deberían revolucionar la economía: apuntaba a la agilidad, lo colaborativo, la autonomía y la flexibilidad. Y así, a medida que avanzaba la sesión, se iba instalando la idea de que no se trataba de un trabajo tradicional. Ante todo, remarcaban que era una oportunidad para generar ingresos extras de modo flexible mientras recorres la ciudad y haces ejercicio, y que lo puedes compatibilizar con tu vida privada y otros trabajos. De modo que ya no había horarios, sino franjas; en vez de salario, ingresos; no éramos trabajadores, sino colaboradores; la carga de trabajo ahora pasaría a ser una “misión”; tampoco nos podían despedir, ya que seríamos autónomos; y, sobre todo, repetían una y mil veces que no habría jefe, puesto que toda la actividad se coordinaba mediante la plataforma y sus revolucionarios e imparciales algoritmos.

Además, nos dijeron que para entrar los principales requisitos son:

- Contar con bicicleta o motocicleta propia. Si no tenías una recomendaron un lugar para alquilar.
- Hacerse autónomo. Dejaron claro que era un trámite simple y que nos iba a permitir trabajar de modo flexible y sin límite de ganancias. Incluso nos recomendaron contactar con la gestoría Solo Autónomos⁴ para que nos guiara en el proceso.
- Tener teléfono inteligente con internet y llamadas.

⁴ Se trata de una gestoría online que te puede dar de alta en tan sólo una hora y que en ese momento llevaba a la gran mayoría de repartidores.

- Ir a recoger la mochila con el logo de la empresa, una batería externa y un soporte para poner el teléfono en el vehículo, por todo lo cual se nos descontarían 60€ de nuestra segunda factura⁵.

Una vez hecho todo eso, sólo me faltaba conseguir una bicicleta. Dio la casualidad de que mi compañero de piso por ese entonces me dijo que tenía una guardada y olvidada en la bodega de un familiar. Era una Decathlon antigua y pesada, que se la habían regalado sus padres a él y su hermano hacía varios años para una navidad. Aunque estoy convencido de que sus diseñadores jamás la pensaron para un trabajo de estas características, con ella pude empezar a los pocos días.

Posición en el campo

Esta tesis es el resultado de la experiencia directa tras estar íntimamente relacionado durante varios años al mundo de las plataformas digitales, en especial a las de reparto. Nace de mi vida cotidiana, de haber estado envuelto en la ardua dinámica de ganar mi sustento trabajando como repartidor de plataforma, en Deliveroo. Fue desde ahí que decidí aprovechar mi posición para investigar a fondo el modelo de trabajo y sus consecuencias.

De alguna manera, su desarrollo se fue dando como un proceso natural: conocía el medio, a los demás repartidores, había trabajado durante el crecimiento exponencial del sector en España, entendía cómo funcionaba la aplicación y fui parte de las primeras huelgas de trabajadores que desencadenaron un largo proceso de regularización. Aunque la motivación principal nació porque, mientras trabajaba en Deliveroo, podía experimentar a diario una suerte de dicotomía en la realidad de las plataformas. Por un lado, estaba la percepción y la experiencia cotidiana, donde vivíamos una intensificación progresiva de las condiciones de trabajo, aumento de la competencia, desconexiones imprevistas y represalias a los que intentaban organizarse; todo lo cual, sumado a la creciente acción de Inspección de Trabajo, la aparición de algunos sindicatos y numerosas sentencias donde nos declaraban falsos autónomos, hacía pensar que, tal como estaban las cosas, el modelo

⁵ En teoría, la empresa alquila al repartidor los implementos básicos para poder trabajar, ya que existe la opción de devolverlos cuando se deja de “colaborar”, aunque el dinero sólo se recupera después de que evalúen su estado. Y como es un trabajo realmente arduo, sumado a que la calidad de aquellos artículos deja bastante que desear, en la práctica se trata de una venta de materiales de trabajo en toda regla.

no podría extenderse mucho más. Sin embargo, por el otro lado y al mismo tiempo, éramos testigos del crecimiento explosivo del sector, donde las empresas cada vez conseguían más fondos en sus rondas de financiación, se extendían con rapidez por diversos países, aparecían en campañas publicitarias, sus dueños decían que estaban invirtiendo en tecnología, constantemente conquistaban nuevos mercados e incluso se transformaban en las patrocinadoras de las principales ligas de fútbol del mundo⁶. A fin de cuentas, que, a pesar de todo, se iban transformando en la expresión de lo que sería una nueva forma de comprender las relaciones laborales, legitimándose y haciéndose parte del panorama cotidiano de nuestras ciudades.

Todo esto vino reforzado porque a medida que nos organizábamos entre los repartidores y establecíamos contacto con compañeros en distintos países, comenzamos a darnos cuenta de que, al contrario de lo que pensábamos en un principio, esto no era una situación que se daba porque las empresas hubiesen sabido aprovechar los “vacíos” legales que pudieran haber en España, específicamente en cuanto al falso autónomo, sino que se trataba de un modelo que se estaba extendiendo por el mundo, poniendo en tensión las legislaciones de los respectivos países. En todos estaban generando escenarios más o menos parecidos y en todos habían iniciado una ardua batalla legal contra la administración.

Una vez fui desconectado de Deliveroo, claramente mi relación con el mundo de los repartidores fue cambiando: no veía a mis compañeros todos los días, con varios perdí contacto con el paso del tiempo y ya no estaba atado al modelo de trabajo, lo que también fue transformando mi perspectiva. No obstante, a partir de ahí se abrió todo un nuevo campo de participación, a través del cual he seguido estrechamente relacionado al sector. Fue en ese momento que comencé a formar parte de Riders X Derechos, un movimiento de repartidores a nivel estatal que busca mejorar las condiciones de trabajo en plataformas.

Surgió de las primeras movilizaciones de los repartidores de Deliveroo en 2017, como respuesta al nuevo modelo de trabajo implementando por la empresa, que impuso una competencia constante entre los trabajadores. Antes de que eso sucediera, cuando la

⁶ Durante la temporada 2019-2020, Deliveroo patrocinó La Liga de España. Uber Eats, por su parte, hizo lo propio en la Ligue-1 de Francia, que al año siguiente pasó a llamarse “Ligue-1 Uber Eats”. En Latinoamérica los ejemplos sobran, prácticamente todas las ligas están patrocinadas por las principales plataformas de reparto, Rappi o PedidosYa.

plataforma recién se estaba arraigando en el mercado, durante las largas jornadas de trabajo los repartidores hacíamos bastante vida en grupo, principalmente en los centros de reunión estratégicos de cada ciudad, que generalmente era una plaza. En Madrid, uno de ellos era en las afueras del metro Tribunal. Allí íbamos en los ratos que no había pedidos para descansar, comer y conversar entre compañeros. En la noche, cuando ya cerrábamos sesión, también era común llegar hasta ahí para compartir unas cervezas y pasar el rato. De esas experiencias se fueron formando los lazos que luego dieron paso al movimiento.

Tras años de actividad, y a medida que el tema se iba mediatizando, Riders X Derechos llegó a tener un protagonismo que quizás nunca nos imaginamos. De hecho, el anuncio de la ministra de Trabajo y Economía Social, Yolanda Díaz, sobre la “Ley rider”, fue en medio de una reunión con el colectivo. Podríamos decir que durante algún tiempo nos transformamos en uno de los movimientos sociales “de moda” y en un referente entre trabajadores de plataformas a nivel internacional.

Además, dado que intentamos colaborar con los sindicatos más activos sobre nuestro sector en cada comunidad, poco a poco me fui acercando a UGT, que es el que ha llevado adelante gran parte del proceso en Madrid. Finalmente trabajé en el sindicato durante dos años, del 2020 al 2022, dedicado al proceso que culminó en la “Ley rider” e intentando abrir espacios de participación en las plataformas de trabajo en general. Es más, en 2020 me nombraron delegado sindical en Deliveroo, con lo que me transformé en el primer delegado sindical de una plataforma en España⁷.

Con todo esto, como se puede imaginar, mi investigación se fue desarrollando a medida que mi posición en el campo cambiaba y mi implicación era cada vez mayor, por lo que no sería justo decir que el proceso fue como un mero observador. Mi trabajo diario, tanto en UGT como en Riders X Derechos, ha consistido en intentar influir sobre el curso que siguen las plataformas en el país, de modo que he podido participar en todo lo que envuelve al sector y las discusiones sobre su devenir: reuniones con los dueños de las

⁷ Esto fue posible durante el tiempo que la situación de mi desconexión se resolvía en tribunales, lo que se extendió por más de tres años. Fui uno más de los tantos repartidores que demandó a las empresas reclamando la nulidad del despido por vulneración de un derecho fundamental -la huelga-, para lo cual primero hay que demostrar que sí existía relación laboral. Entonces, hasta que un juez no resolviera lo contrario, en teoría me podía considerar trabajador de la plataforma y también podía ser nombrado delegado sindical.

empresas, políticos, europarlamentarios, inspectores de trabajo, funcionarios de la Seguridad Social, el Ministerio de Trabajo y Economía Social y un sinnúmero de repartidores; además de debates académicos, escribir informes sobre el modelo, investigar la realidad de las plataformas en diversos sectores y ser parte del equipo detrás de la mesa de diálogo social que, para bien o para mal, reguló el trabajo en las plataformas de reparto.

En consecuencia, pienso sinceramente que las ventajas de mi posición han sido inmensas, ya que he podido empaparme por completo del tema y acceder a información a la que de otro modo nunca habría tenido acceso. He tenido el privilegio de estar en el epicentro del fenómeno y observar muy de cerca cómo se va dando su desarrollo. Así las cosas, aunque el objetivo aquí no es hacer una investigación desde un punto de vista militante, no puedo desconocer que para su desarrollo sí ha sido fundamental el hecho de estar totalmente posicionado dentro del campo, pues me ha permitido complementar distintas perspectivas: como repartidor, desde el mundo de los movimientos sociales y también desde un sindicato que ha estado presente en los círculos donde finalmente se han tomado las decisiones trascendentales.

Dicho todo esto, cuento una pequeña anécdota para que quede claro desde dónde escribo esta tesis.

En septiembre del año 2019 tuve la oportunidad de participar en una mesa de discusión del Consejo General del Poder Judicial, donde expuse el modelo de trabajo de las plataformas de reparto y pude discutir con el principal abogado de Deliveroo, Román Gil. El caso es que después del evento, hubo algunos asistentes que fueron a tomar una caña en un bar cercano y me invitaron, entre los que estaba el mismo Román. Cuando ya estábamos sentados y yo estaba un poco más relajado por el debate (era la primera vez que un miembro de Riders X Derechos podía discutir cara a cara con él), estuvimos conversando un rato sobre las distintas empresas del sector, le hablé de mi tesis y me dijo que iba a hacer las gestiones para que Deliveroo me contratara como sociólogo; a lo que le respondí que mi precio era más alto de lo que ellos podían pagar. Inevitablemente ambos nos reímos al instante. En ese momento, junto a mi pareja nos manteníamos sólo con mi beca del doctorado y nuestra hija nacería un par de meses después. No se trata de un caso aislado. Lamentablemente, los repartidores hemos tenido que rechazar indemnizaciones, jugosos acuerdos y prometedores puestos de trabajo para que el modo de operar de las plataformas y sus formas de organizar la actividad puedan salir a la luz.

Relato esta experiencia para que quede claro que no se trata de militancia, sino de legítima perplejidad. Perplejidad porque he podido ver de primera mano a mis compañeros exponerse al riesgo explícito, a otros tener accidentes graves y no recibir ninguna respuesta. Porque una vez me atropelló una moto y al día después tuve que salir a trabajar para no perder terreno en la competencia. No sólo yo, frecuentemente trabajábamos enfermos o lesionados. Tuve compañeros con condiciones médicas que hacían imposible que pudiesen desempeñar el trabajo igual que los demás, pero aun así debían competir contra nosotros: uno con poliomielitis y otro que le faltaba una mano, ¡y ambos trabajaban en bicicleta! Perplejidad porque tuvimos compañeros que fallecieron en accidentes repartiendo, dos de ellos atropellados a medianoche, en las peores condiciones imaginables, pero las empresas alegaron que no tenían ninguna responsabilidad y nadie dijo nada. Porque hemos trabajado con sol, lluvia, nieve e incluso una pandemia sin un baño para lavarnos las manos y esperando horas y horas bajo el techo de algún portal a que sonara la aplicación. Pero principalmente porque, a pesar de todo esto, las plataformas continúan subiendo su valoración, ganan cada vez más consumidores y su modelo se ha asentado y expandido.

Contextualización

En general, todo el mundo del trabajo relacionado a las plataformas digitales todavía es terreno de disputa. Al tratarse de una forma de organización novedosa y que ha generado cambios importantes en sectores tradicionales, actúa también como el sustento de todo un discurso que lleva a cabo una puja constante por transformar las nociones sobre el sujeto trabajador, las relaciones laborales y las regulaciones que lo rodean. Los distintos países del mundo están en plena discusión sobre cómo incorporar estas nuevas modalidades, y en el camino también han ido flexibilizando sus márgenes. De modo que hay toda una discusión a nivel político, legislativo, judicial, social, sindical y empresarial. Y producto de todo ello, también lingüístico. Este es un punto importante que debemos dejar claro desde el principio. Aún no existe una terminología clara y precisa para abordar los distintos aspectos que componen el trabajo en plataformas digitales, puesto que se trata de un fenómeno en pleno desarrollo y que se inmiscuye cada vez en más espacios de la vida. Por ejemplo, hasta hace poco tiempo el concepto de “economía colaborativa” envolvía a todas las plataformas de trabajo, dándoles un aire disruptivo; después surgió “economía de plataformas”, que es el que nosotros usaremos; aunque se suele confundir con “economía de datos” o “capitalismo de datos”; y estos, a su vez, con “economía del conocimiento”; el cual, por su parte, se confunde con “capitalismo cognitivo”. Es decir, estamos ante un entramado complejo que ha sabido llevar un paso más allá los viejos paradigmas a partir del desarrollo de tecnologías sofisticadas, dando origen a toda una nueva forma de actividad. Así que vamos a ir paso a paso.

1. La crisis del 2008 y el auge de las plataformas de trabajo⁸

A partir de la Gran Recesión del 2008, hicieron su entrada estelar al mundo del trabajo las plataformas digitales, presentándose ante la sociedad como el resultado de la incansable búsqueda de las empresas centradas en el desarrollo de nuevas tecnologías para mejorar la calidad de vida, y que llegaban justo en el momento preciso.

Después de la crisis, uno de los primeros efectos fue que el desempleo se disparó en prácticamente todo el mundo, duplicándose en países como Estados Unidos (Srnicsek, 2018). En el caso de España, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), el paro alcanzó su punto más alto el año 2012, cuando marcó una tasa del 26,02% de la

⁸ Este punto y el siguiente están publicados en el blog del Observatorio de Trabajo, Algoritmo y Sociedad en la entrada titulada: “*Principios del trabajo en plataformas digitales*” (Diez, 2022a), disponible en: <<https://observa-tas.org/wp-admin/post.php?post=262&action=edit>>

Población Económicamente Activa: casi seis millones de personas (Instituto Nacional de Estadísticas, 2013). Junto con ello, los Estados, en un intento por dar una respuesta que apostara a resguardar y fomentar el derecho a la libertad de empresa y sostener la inversión extranjera, comenzaron progresivamente a adoptar políticas económicas basadas en la austeridad, con lo cual fueron disminuyendo todo tipo de coberturas sociales (Srnicek, 2018). Así se abrió un espacio para la fuerte presión del sector empresarial en busca de medidas de flexibilización del mercado y el trabajo que les permitieran mayor margen de acción para reactivar la economía y empezar el repunte, lo que en España quedó consagrado en las reformas laborales del 2010 y 2012. Se consolidaron, entonces, los contratos temporales, la facilidad para realizar despidos, la flexibilidad en los turnos de trabajo, y florecieron las Empresas de Trabajo Temporal (ETT), se impusieron los convenios de empresa por sobre los sectoriales, se redujeron los salarios o se hizo frecuente combinar más de un trabajo al mismo tiempo.

Esta misma línea de conducción económica quedó fielmente reflejada en un movimiento que para nosotros será decisivo: la introducción de la tarifa plana del Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA), que intentó incentivar el emprendimiento justo un año después de que la tasa de paro alcanzara su punto más alto, y que tuvo efectos inmediatos: en contra de la tendencia generalizada de aumento del desempleo, el año 2012 los trabajadores independientes y empresarios sin empleados aumentaron en 14.800 personas (Instituto Nacional de Estadísticas, 2013).

Como queda claro, la “receta” para comenzar a salir de la crisis no contemplaba una visión que intentara asegurar coberturas y derechos frente al riesgo que cada individuo asume en el juego económico, sino en fomentar la competencia mediante la acción de los sujetos en el mercado, estimulándolo a crecer bajo sus propios principios. Se trata de un tipo de conducción de corte neoliberal, en la que se establece como hoja de ruta fundamental un principio básico: que “cuando es cuestión de política social sólo hay una verdadera y fundamental, a saber, el crecimiento económico” (Dardot y Laval, 2015: 154).

En términos simples, para muchas personas que habían perdido sus empleos, esto significó que se vieran forzadas a aceptar las condiciones impuestas en cualquier trabajo que estuviera disponible, o bien comenzar uno por cuenta propia. Se produjo así el

contexto propicio para la explosión de un nuevo tipo de empresas que cambiaron el modelo de negocios tradicional y pusieron en su punto de mira la rentabilización de las capacidades y recursos ordinarios de cada sujeto a través del emprendimiento, operando mediante plataformas digitales que llegaron hasta la palma de la mano bajo la forma de aplicaciones para el teléfono o páginas de internet. Hablamos de las *start-ups*: empresas con sello tecnológico y transgresor, pensadas para desenvolverse en la competencia extrema con el objetivo de coordinar la oferta y demanda de un sector determinado del mercado, acercando la posibilidad de emprender y presentándose a viva voz como una oportunidad revolucionaria, rápida y efectiva de ganar dinero. Todo esto, no obstante, a cambio de transferir los riesgos a los ya agobiados trabajadores, quienes debían dejar de lado las seguridades y lanzarse al mercado bajo la forma de un “*colaborador*”. El fondo del asunto era que los revolucionarios avances en las tecnologías habían creado toda una nueva forma de trabajar que liberaría a la población de horarios extenuantes, jerarquías rígidas y salarios a la baja para que cada cual pudiera convertirse en su propio jefe.

Así fue que se sembró el terreno para la arremetida del movimiento empresarial de las plataformas de trabajo, que comprendió que había llegado su momento, que la mentalidad y las medidas políticas necesarias ya estaban en marcha. Si desde los gobiernos se estaba siguiendo una línea que buscaba estimular el emprendimiento, las plataformas emergieron como la versión radical y aprovecharon el terreno para llevar sus pretensiones a un extremo quizás impensable en ese entonces, llegando incluso a chocar con regulaciones recientemente liberalizadas.

En poco tiempo se transformaron en un modelo de negocios que permitía escapar de los apuros de la crisis a partir de la autogestión, actuando como un medio para moverse fácilmente en el mercado y sacarle provecho a los recursos y capacidades infravaloradas. Así, de un momento a otro, comenzamos a ver a trabajadores, que venían de las más variadas disciplinas, operando como autónomos para intentar rentabilizar sus talentos, tiempo y bienes ordinarios: una motocicleta para repartir, una habitación para ser anfitrión de huéspedes en su propia casa, un coche para ser chófer o la sola motivación para limpiar, cuidar o reparar. Por ello, desde un principio se han promocionado como empresas que ofrecen la oportunidad de mantener un trabajo flexible y autogestionado para obtener ingresos extras, que cada cual podría compatibilizar con otras actividades según sus propias necesidades. Aunque dado el contexto y su éxito explosivo, sumado a sus propios

mecanismos operativos, en la mayoría de los casos se han transformado en una actividad a tiempo completo.

2. Herramientas para moverse fácilmente en el mercado

La base de su modo de organizar el trabajo es que permiten que cualquier actividad históricamente entendida como asalariada pueda ser vista como un emprendimiento. Para comprender bien esto, debemos tener claro que las *start-ups* que operan mediante plataformas digitales se presentan como empresas de tecnología de “la sociedad de la información”, que coordinan oferta y demanda poniendo en contacto a emprendedor y consumidor. De ahí la retórica constante, emblema del sector, de “establecer vínculos valiosos” y “poner en contacto a personas” (Slee, 2015). En teoría, la empresa sería la plataforma, y tanto los colaboradores, consumidores y *partners* asociados (por ejemplo, restaurantes, en el caso de las plataformas de reparto) serían usuarios de ella. La empresa no ofrecería ningún servicio, sino que simplemente sería una herramienta para moverse más fácilmente en el mercado y que cada cual lleve adelante su propio emprendimiento, sin establecer nunca una relación laboral. De allí también el argumento de que se trataría de una manera inteligente y reivindicativa de usar los mecanismos del mercado, aprovechando las nuevas tecnologías para potenciar la iniciativa individual.

Srnicek (2018) las define como “plataformas austeras”, es decir, aquellas empresas que mantienen una estructura radicalmente flexible, intentando eliminar todos los costes posibles y dejando a la propia plataforma, que coordina el trabajo, como su principal activo.

Ese es uno de sus principales argumentos y donde radica gran parte de su fuerza. Hablamos de un modelo que ha ido logrando derribar las clásicas barreras para emprender, pues a partir de aquí ya no se necesita tener capital, ni una gran idea, ni estudios en ninguna ingeniería, sino que basta con tener un teléfono inteligente y darse de alta como autónomo para comenzar a rentabilizar el tiempo al máximo; mientras que la plataforma, por su parte, va coordinando el trabajo según los vaivenes del mercado de cada día.

Como decíamos, el caso más emblemático en nuestro país es precisamente el de las gigantes plataformas de reparto: Deliveroo, Glovo y Uber Eats. El objetivo central de su actividad es poner en contacto a una persona que quiere pedir comida o algún producto a

domicilio con un repartidor autónomo que trabaja *mediante* la plataforma. Se basan en una relación triangular donde la plataforma simplemente aparecería como intermediaria para comprar, vender y trabajar. Así, cobra un porcentaje por envío al consumidor, por venta al *partner* y paga otro al repartidor.

Es en este contexto que han cobrado notable protagonismo los algoritmos, una de las herramientas decisivas en nuestra época. Si bien su aplicación se remonta hasta la Grecia antigua, la sofisticación que han sufrido en la actualidad los mantiene como el eje operativo de toda una revolución en la gestión de aspectos cada vez más diversos de la sociedad. Aunque ya los revisaremos en profundidad, digamos que son el cerebro de las plataformas y la fórmula “mágica” que permitiría todo este asunto. En términos simples, la plataforma actúa recopilando una serie de datos a lo largo del tiempo y los algoritmos son los encargados de analizarlos, con el fin de identificar patrones significativos. El objetivo fundamental de este proceso es anticiparse a la demanda y organizar el trabajo de tal manera que se pueda pasar de gastos fijos -trabajadores contratados- a gastos puntuales -tareas cumplidas-, lo que les ha permitido crear una estructura empresarial hiperflexible. Es la radicalización de la revolución productiva comandada por Toyota en Japón, donde se consolidó el modelo “*Just in time*” (Justo a tiempo).

Los algoritmos en realidad son una serie de secuencias que están programadas para cumplir determinadas tareas. En el caso de las plataformas de reparto, es poner en contacto a usuario, *partner* y trabajador del modo siempre más rentable para la empresa. Además, su característica principal es que, a medida que operan y procesan datos, tienen la capacidad de ir “aprendiendo” a resolver su cometido de modo cada vez más efectivo, mejorando el servicio. En consecuencia, los datos son la materia prima fundamental de esta nueva forma de actividad, las plataformas son las herramientas para extraerlos y los algoritmos los encargados de analizarlos.

De hecho, estas empresas son tan flexibles que prácticamente su único activo es la plataforma e invierten gran parte del dinero en potenciar sus algoritmos, que son los que organizan el trabajo y reemplazan a los mandos intermedios. A tal nivel llega su dependencia de los algoritmos, que en muchas compañías incluso los bautizan con nombres propios: el de Deliveroo se llama Frank; el de Amazon, Alexa; el de Glovo, Jarvis; y el de Google, PageRank.

Quizás esto cuesta dimensionarlo, pero debemos pensar en sectores completos del mundo del trabajo y la economía en general que están organizados por algoritmos, por jefes programados para cumplir sus funciones de manera eficaz y con los cuales no se puede conversar, ya que no entienden de regulación laboral, problemas personales, enfermedades, contratiempos ni responsabilidades familiares. El único lenguaje que dominan es el de la efectividad en los movimientos del mercado.

De esta manera, hoy las plataformas han penetrado por diversos sectores, gestionando todo tipo de asuntos: cuidados, recados, limpieza, alquiler habitacional, camareros, guías turísticos, cocineros, aparcamientos, alquiler de herramientas y mantenciones ordinarias del hogar, médicos, fisioterapeutas, psicólogos, fontaneros, gestiones y financiación bancaria, transporte de pasajeros, vehículos para el desplazamiento urbano y un largo etcétera; generando así distintas corrientes económicas novedosas: *on demand economy*, *gig economy*, *peer to peer* o *sharing economy*. Aunque todas utilizan el mismo combustible: los datos.

3. Capital especulativo flotante

Según Srnicek (2018), todo este potente movimiento tendría su explicación debido a que, tras la Gran Recesión de 2008, las bajas tasas de interés de los sectores tradicionales forzaron a los capitalistas de riesgo a buscar nuevos ámbitos atractivos en los que invertir. Quedó una masa significativa de capital especulativo flotante, a la expectativa de encontrar un nuevo campo que abriera las posibilidades de inversión con bajo riesgo, a la vez que permitiera asegurar altos beneficios. Fue así que aquella masa de capital disponible encontró en el mundo de las *start-ups* y sus tentadoras promesas el entorno ideal para comenzar a construir una revolución laboral que estuviera financiada desde sus propios bolsillos. De modo que, en lugar de un *boom* financiero o inmobiliario, hoy parecen estar creando una burbuja tecnológica (Srnicek, 2018). Esto queda totalmente claro cuando se revisan las estratosféricas cifras de financiación de las principales *start-ups*, pero también cuando se investiga un poco la penetración real y la diversidad de ámbitos en los que hay plataformas operando. Basta con decir que, desde 2009, los acuerdos de *start-ups* con el capital riesgo deseoso de beneficios se ha triplicado (Srnicek, 2018). Consecuentemente, dado que se enfocan en la innovación constante, se trata de un sector con una tasa de mortalidad asombrosa, donde nueve de cada diez fracasan a los dos años (Sadin, 2018).

Las plataformas de trabajo, entonces, han logrado dar un golpe al mercado y la competencia, generando cambios vertiginosos en la economía, las relaciones laborales y permitiendo hacer real lo que hasta hace pocos años era impensable: que en una empresa como Uber, que actualmente es la más grande del mundo relacionada al transporte de pasajeros, no haya coches ni chóferes; que en Airbnb, una “alternativa” de alojamiento, pero que hoy en día es más grande que cualquier cadena hotelera, no haya una sola habitación, ni para qué hablar de camas o personal de aseo; que en Deliveroo, Glovo y Uber Eats, dedicadas al reparto de productos a domicilio, no haya una sola motocicleta, bicicleta, coche ni repartidores.

A fin de cuentas, en el caso de los repartidores, todo esto quiere decir que deben lidiar con los riesgos y gastos que conlleva la actividad: vehículo y su mantenimiento, casco, ropa, comida, cuota de autónomos, posibles multas, gastos por accidentes, etc.

Se trata de una verdadera revolución que afecta no sólo en el plano económico, sino también en las formas de ser y pensar al sujeto trabajador. Porque claro está que no es lo mismo ser dueño de una cadena hotelera, que limpiar hogares a través de una plataforma; como tampoco es lo mismo ser dueño de una flota de taxis, que ser un repartidor que depende de la demanda que tenga una aplicación. Todos ellos, sin embargo, hoy en día son emprendedores. Pagan sus propias cotizaciones y son dueños de su propia empresa.

4. El discurso

Aunque han debido pasar algunos años para poder ver a través de la nube de polvo que dejó su mediático y nada silencioso aterrizaje, uno de los aspectos fundamentales de este movimiento que venimos revisando es que, prácticamente desde sus inicios, ha estado acompañado de un discurso bien articulado y tremendamente seductor, que ha sabido promover y legitimar su irrupción.

En este sentido, y como se podrá sospechar, uno de los puntos de apoyo fundamentales es precisamente el de la idea de ciudadanía y su empoderamiento a través del mercado, lugar en el que el modelo de las plataformas aparece prácticamente como una opción de agencia y reivindicación política. No sólo porque significarían la oportunidad de obtener un servicio más barato, cálido y profesional, alejado de las frivolidades y distancias de las típicas transacciones comerciales, sino también por permitir ejercer el poder democrático a través de la acción de compra, apoyando a una corriente alternativa

protagonizada por pequeños emprendedores, basada en relaciones horizontales y que ayuda a que se redistribuya más justamente la riqueza.

Es una línea que apela constantemente a la sostenibilidad y el consumo responsable, a potenciar la economía de barrio, presentándose como una alternativa al modo de producción masivo y poco amigable con el medio ambiente que sólo reproduciría el ya obsoleto capitalismo de las grandes unidades. Se trata de un movimiento que pretende aprovechar inteligentemente las posibilidades del capitalismo y terminar con las desigualdades propias de la relación salarial, empoderando a los sujetos a través de herramientas que potencien la iniciativa individual.

La crisis había revelado la rigidez de las estructuras sociales y su incapacidad para adaptarse a los nuevos tiempos, transformándose en una traba para aprovechar las capacidades de los sujetos, mientras que las plataformas digitales, como innovaciones rupturistas, venían exactamente para empoderar a las personas a través del emprendimiento. Para ello, la estrategia ha sido envolverse en el discurso y puesta en escena de la economía colaborativa, atrayendo a quienes tienen una mentalidad ecológica y se apegan a la filosofía del bien común (Slee, 2012). Tal como lo describe Rachel Botsman en una de sus tantas charlas TED (tecnología, entretenimiento y diseño):

Se trata de empoderar a la gente para establecer vínculos valiosos, vínculos que nos están permitiendo redescubrir una humanidad que hemos perdido por el camino, interactuando en mercados como Airbnb, como Kickstarter, como Etsy, que se basan en las relaciones personales y no en la transacción vacía (Rachel Botsman, 2010, citado en Slee, 2012: 27).

Es exactamente en busca de articular esta retórica que cada plataforma despliega un entramado lingüístico sustentado en conceptos como lo colaborativo, el bien común, la horizontalidad, autonomía, flexibilidad y emprendimiento. Un discurso que aleja al trabajo cada vez más de los marcos de las relaciones laborales y su regulación democrática para llevarlo a un terreno opaco y de coordinación privada -la propia plataforma-. Esto es fundamental, ya que al interior de cada empresa se han conseguido borrar las palabras claves que asociamos al trabajo: salario, horario, vacaciones,

coberturas, bajas, enfermedades, horas extras, convenios colectivos, huelga y sindicatos, para reemplazarlas con sus propios conceptos que designan una nueva realidad⁹.

Precisamente a eso apunta la idea de “economía de plataformas”. Se trataría de todo un “ecosistema”, formado por distintos tipos de *start-ups*, que permitiría actuar como emprendedor y consumidor al mismo tiempo, donde desaparecería la histórica desigualdad entre los dueños de los medios de producción y los trabajadores, y que fomentaría la construcción de toda una economía colaborativa comandada por pequeños emprendedores que regularían su actividad mediante los mecanismos del mercado y la competencia. A estas alturas, ya no se trata de una teoría conspirativa o de una distopía, es una realidad. Oscar Pierre, el director ejecutivo de Glovo (CEO, por sus siglas en inglés), plantea que:

Sí, la sociedad está cambiando. El tema de la flexibilidad se infravalora, pero es muy importante. Poder decidir cuándo, cómo y dónde trabajas es fundamental. Estoy seguro de que cada vez habrá más gente que dirá que no quiere tener jefes, no querrá tener horarios, y tendrá diferentes vías de ingresos: hará clases, trabajará como glover, pondrá su piso en Airbnb... Esta es la tendencia del futuro (Pierre, 2018, en entrevista para periódico El País).

Se trata de una economía mediada y llevada hasta la palma de la mano gracias a las plataformas. Sin burocracias, arbitrariedades ni tratos injustos de por medio, pues los mecanismos del mercado y la competencia sancionarán por sí solos todas aquellas conductas que vayan en contra del bien común y el beneficio colectivo.

5. Algunos datos de su relevancia y penetración en el mercado

Uno de los efectos que ha causado la brusca irrupción de las plataformas de trabajo es que en poco tiempo han construido un panorama complejo, que va creciendo y cambiando día a día y al que a las administraciones les ha costado identificar para seguirles la pista.

⁹ Aquí hay un gran ejemplo. Es una entrevista a un directivo de Glovo, Miguel Ferrer, para un *podcast* titulado “El futuro del trabajo”. Es el programa 81: “*Glovo: en el ojo del huracán*”. Lo dejo en Anexos digitales para que se pueda escuchar completo, está con el nombre “2. Entrevista a Miguel Ferrer. Podcast El futuro del trabajo - Glovo en el ojo del huracán”.

En España, esto se traduce en que ni siquiera exista un registro oficial, derivando en que el mapa de su proliferación no esté del todo claro. Sin embargo, si queremos hacer un acercamiento, podemos considerar el Startup Ecosystem Overview 2019 del Mobile World Capital Barcelona (2019), según el cual habría más de cuatro mil *start-ups* operando en este mismo momento en el país. Aunque la gran mayoría funcionan mediante plataformas, no todas se dedican exclusivamente a coordinar mercados para transformar trabajadores en emprendedores, sino que también las hay para mejorar la producción, ofrecer servicios basados en Inteligencia Artificial (IA)¹⁰, alquilar infraestructura en la nube, etc.

Centrándonos en las plataformas de trabajo, dado que una de sus características típicas es que mantienen una estricta política de no divulgar los datos de su actividad -una tendencia común del sector-, es difícil saber con exactitud el real impacto entre la población trabajadora. Aun así, en una interesante investigación de la Organización Internacional del Trabajo (2021), titulada “El papel de las plataformas digitales en la transformación del mundo del trabajo”, se plantea que, según sugieren los distintos sondeos, la proporción de la población adulta en Europa y América del Norte que ha realizado trabajos en plataformas, entre 2015 y 2019, oscila entre el 0,3 y el 22%. La OIT informa que las plataformas de trabajo offline o basadas en la ubicación -tales como las de reparto, cuidados, reparación, etc.-, aumentaron de 142 en 2010 a más de 777 en 2020, donde las plataformas de taxi y reparto se multiplicaron prácticamente por diez. De modo similar, las basadas en la web u online se triplicaron en el mismo periodo (OIT, 2021). Una expresión de ello se puede encontrar en el Reino Unido, donde después de la crisis de 2008 el trabajo como autónomo creó el 66,5% del empleo neto (Srnicek, 2018: 75). Es bastante probable que las plataformas desempeñaran un papel importante para llegar a semejante cifra, sería difícil comprenderla de otro modo.

En España, aunque todavía no existen datos oficiales, según la propia patronal Asociación Española de la Economía Digital (Adigital), que agrupa a gran cantidad de las empresas que operan mediante plataformas -entre ellas, las de reparto-, en un informe publicado en 2019 bajo el simbólico título de “Propuesta normativa en materia de trabajo en

¹⁰ Sin ir más lejos, la portada de este trabajo, que intenta simbolizar las dificultades a las que se enfrentan los repartidores en la actividad, es una obra realizada por una Inteligencia Artificial, a la que sólo hubo que darle algunas palabras claves para que generara la imagen prácticamente en tiempo real: <<https://app.wombo.art/>>

plataformas digitales” (Adigital, 2019), el país sería puntero en la Unión Europea en cuanto a trabajo en este ámbito. Concretamente, plantea que el 17% de las personas en edad de trabajar realizan actividades por medio de ellas al menos una vez por semana; siendo también puntero en los que lo hacen mínimo una vez al mes y al año.

Por su parte, la fundación Digital Future Society -un *think tank* que defiende a ultranza el modelo de trabajo del colaborador-, tomando como referencia el estudio COLLEEM II de la Comisión Europea, que fue hecho en base a la investigación de Pesole et al. (2018), estima que el país tiene la mayor tasa de trabajadores en plataformas digitales de Europa: cerca del 2,6% de la población ocupada realiza su trabajo principal a través de plataformas digitales. Y si añadimos a los que trabajan en ellas de forma esporádica, la cifra se eleva al 18% (Digital Future Society, 2019: 8).

Por otro lado, la Universidad de Hertfordshire (2019), en colaboración con la Fundación Felipe González, la Fundación Europea de Estudios Progresistas (FEPS) y UNI Europa, realizó una encuesta online a casi 30mil ciudadanos de 13 países europeos entre 2016 y 2019, y específicamente a 2182 ciudadanos de España en 2019, para conocer el impacto del trabajo en plataformas. El estudio revela un porcentaje considerablemente mayor que los anteriores. Postula que el 17% de la población económicamente activa del país trabaja en plataformas al menos una vez a la semana, mientras que el 20,5% lo haría una vez al mes. En cuanto a la dependencia de los trabajadores, para el 9,4% sería su principal fuente de ingresos, en tanto que para el 69,9% representaría menos de la mitad de su salario mensual. Además, sólo el 6,1% decía identificarse con la etiqueta de “colaborador autónomo”, tan extendida en el sector. A lo que hay que añadir que sólo el 6,4% ya estaba dado de alta en el RETA antes de empezar en las plataformas (Universidad de Hertfordshire, 2019: 9-12).

De esta manera, si bien hay personas que sí están contratadas para una plataforma, por lo general se trata de directivos, informáticos y gente que se ocupa del funcionamiento, aunque representan una muy pequeña parte de la fuerza laboral (OIT, 2021).

Así pues, si tenemos en cuenta todos estos datos, vemos que la enorme controversia que han causado a nivel mundial no ha impedido que crezcan cada vez más. En nuestro caso, esto se ejemplifica en que Deliveroo, Glovo y Uber Eats, aun cuando han logrado mantener la imagen de *start-ups* transgresoras y rebeldes, en realidad poseen el estatus de

Unicornio. Se trata de una pomposa categoría que se utiliza para designar a aquellas empresas, en su mayoría tecnológicas, que poseen una valoración tan sumamente alta que representan una rareza estadística en el mercado, para lo cual el requisito es que deben estar en la base de los mil millones de dólares. Además, si sumamos su extensión, vemos que entre las tres han alcanzado presencia en más de 55 países de todo el mundo, a través de los cinco continentes, dando prueba de un crecimiento que dejaría perplejo a cualquiera y que nos indica que su expansión está en pleno auge. La mejor prueba de ello es Glovo, que en tan sólo cinco años se extendió por 22 países y 306 ciudades (Bastero, 2022).

Lo importante de estas cifras es que dejan claro que el fenómeno de las plataformas de trabajo, al contrario de lo que se pensaba hasta hace algún tiempo, ya no se trata de un pequeño sector marcado por condiciones casi anecdóticas que afectarían a un pequeñísimo porcentaje de la población, sino que es un modelo que se ha ido extendiendo cada vez más, imponiendo sus mecanismos y lógica en distintos espacios del mercado.

Presentación del problema de investigación

Dentro de este contexto general, la entrada de las plataformas de reparto y su modelo de trabajo a España no ha sido tranquila ni ha estado lejos de los conflictos. Más bien al contrario. Podríamos decir sin miedo a equivocarnos que su historia en el país ha sido la de la lucha constante por intentar legitimar su visión y modo de operar. En este sentido, el problema de fondo no tiene sólo que ver con que se trate de una forma novedosa y disruptiva de organizar el trabajo, sino con que los principios que lo sustentan han chocado de lleno con la regulación y las nociones básicas que manejamos sobre las relaciones laborales. Hay países donde esto ni siquiera ha sido tema de debate y las plataformas simplemente operan al margen de la ley, ya sea porque significan una fuente de ingresos para un sector importante de la población o bien porque nadie ha visto allí un problema. Sin embargo, en España su expansión y consolidación ha estado marcada por diversos puntos críticos que han generado conflictos en distintos niveles. De hecho, en los últimos años hemos podido ver todo un escándalo mediático, político, económico y social a propósito de su actividad, que derivó en que finalmente se hiciera necesario impulsar un proceso legislativo para formular una regulación específica. Cabe decir que esto no fue por una falta de atención sobre el sector o porque la justicia tuviera dudas al respecto. Antes de que se negociara una ley particular, hubo más de 40 sentencias sobre el tema -de tribunales de primera instancia, superiores y Supremo-, varias actuaciones de Inspección de Trabajo, demandas y denuncias por doquier, numerosos juicios entre la propia Tesorería General de la Seguridad Social (TGSS) y las empresas, surgieron movimientos sociales, hubo declaraciones de políticos, propuestas de ley, debates, innumerables notas de prensa a repartidores, entrevistas en programas de televisión, persecución sindical e incluso muertes en accidentes de trabajo.

A pesar de todo esto, el sector de las plataformas sacó adelante una verdadera campaña mediática, política y social para luchar contra la regulación del trabajo y legitimar su fórmula de organización ante la sociedad. Una campaña que, como iremos viendo, no sólo se basó en una batalla judicial extensa y tediosa, sino que también tomó tintes de un movimiento social, en el que un porcentaje importante de los propios repartidores se organizó para defender el modelo.

Por tanto, para comprender cómo y por qué se han generado estos distintos conflictos, las posiciones que cada parte ha tomado, las transformaciones y consecuencias que ha generado y qué impactos ha tenido sobre la sociedad y los trabajadores, comenzaremos

revisando los principales puntos que el desarrollo de las plataformas de reparto ha puesto en tensión en el país. La idea es construir un panorama que nos permita identificar las líneas que guiarán nuestra investigación, para lo cual nos centraremos en tres pilares: las condiciones generales de los repartidores y las bases de su condición de autónomos, los principales aspectos que articulan la organización del trabajo y cuáles han sido los alcances del constante conflicto judicial que han enfrentado. Aunque evidentemente se trata de aspectos que en la práctica se encuentran mezclados y se determinan unos a otros, dado que han generado un escenario altamente complejo, comenzaremos abordándolos por separado, para así después ir encontrando sus relaciones.

1. Los autónomos y el crecimiento de las plataformas

El enorme crecimiento e impacto que han tenido las plataformas de reparto sería imposible si no hubiese venido acompañado de una masa de repartidores también cada vez más grande, lista y dispuesta para luchar por cubrir la demanda. En este sentido, y tal como decíamos, la instauración de la tarifa plana para autónomos en 2013, y la lógica que la sustentó, fueron fundamentales.

Como sabemos, ser autónomo en España implica comenzar un negocio propio, constituir una empresa, y para ello la ley impone darse de alta en la Seguridad Social bajo la modalidad del RETA, lo que conlleva la obligación de pagar el Impuesto a la Renta de Personas Físicas (IRPF) trimestralmente, más una cuota mensual. Esta última, que es una tarifa progresiva, en realidad se trata de las propias cotizaciones a la Seguridad Social. Hasta el 2012, durante el primer año como autónomo la cuota rondaba los 130€, pero a partir de la instauración de la tarifa plana bajó a 50€, extendiendo dicha cobertura a los primeros dos años de actividad. No es difícil comprender que el objetivo tras la tarifa plana era reactivar la economía después de la crisis, pero intentando reforzar la idea de una sociedad de pequeños emprendedores, donde las dinámicas del mercado y la competencia abarcarán cada vez más espacios para generar beneficio colectivo. En otras palabras, todo esto significa que se apostó por una extensión del emprendimiento como modelo de trabajo, subvencionándolo, de modo totalmente simbólico, a través de la propia Seguridad Social.

Según Martínez (2018), esto se explica por lo que llama la “La burbuja del emprendimiento”, que sería una suerte de inflación discursiva sobre el emprendedor, que

traspasa su capacidad para los negocios y lo transforma en un referente ético y moral. Plantea que sería una estrategia deliberada de los grandes capitales, donde el ascenso del emprendedurismo viene de la mano con una ideología que se autoafirma a través de frases del *management* y capacitaciones que pretenden producir autónomos a partir de la mano de obra que ha quedado fuera del mercado laboral, ocultando sus verdaderos riesgos. De modo que no sería raro que ciertos trabajadores sean convertidos en emprendedores aun sin pretenderlo, producto de la externalización para descargar responsabilidades y gastos por parte de empresas para las que ya trabajaba y a las que seguirá atado.

Así las cosas, la tarifa plana ha significado la posibilidad única de contar con una masa considerable de trabajadores parados, migrantes y jóvenes desempleados que buscan una oportunidad de ganar dinero de manera rápida, escenario que las plataformas han sabido aprovechar hábilmente. Consecuentemente, también ha sido un propulsor para sustentar la enorme tasa de recambio de los repartidores, actuando como un eslabón clave del modelo. Efectivamente, sumado a las exigencias propias del trabajo, en muchos casos ser repartidor es considerablemente más complejo después de haber cumplido un año o un año y medio, ya que los gastos para poder trabajar se incrementan cuantiosamente. Al cabo de dos años, generalmente se debe pagar una cuota de autónomos cercana a los 300€.

Ahora bien, esta dinámica se articula con otro punto fundamental. Nuestras plataformas de reparto: Deliveroo, Uber Eats y Glovo han podido contar con una masa cada vez más grande de repartidores no sólo por las políticas económicas post crisis propias del país, sino particularmente por su conjugación con otra coyuntura social: la migración, y en especial la producida por la crisis venezolana. Si bien no hay estadísticas al respecto, la propia patronal Adigital declara que el *“perfil predominante entre los repartidores que colaboran con las plataformas digitales de delivery es el de hombres, jóvenes, y nacidos en América Latina”* (Adigital, 2020a: 2). La inmensa mayoría de ellos son de origen venezolano. Según mi experiencia, y siendo cauteloso, si nos centramos en la realidad de Madrid, se podría decir que alrededor de un 95% vienen de allí, quizás más. Basta con salir a la calle y hablar con los repartidores, no cuesta nada comprobarlo. Muchos han llegado con asilo humanitario, otros pidiéndolo, algunos tienen la nacionalidad española o de otro país de la Unión Europea (UE) y también los hay sin permiso de trabajo. Es un enorme y complejo panorama que se esconde tras la realidad de cada repartidor. Se trata de un factor que se repite en diversos países y que es clave para comprender la efectividad

del modelo de trabajo. Según se puede ver en la base de datos interactiva de la página web del INE¹¹, la inmigración venezolana se ha transformado en una de las mayores colonias en España, particularmente en Madrid.

De esta manera, la tarifa plana, sumada a la escasez de empleo, más la precarización progresiva de las condiciones de trabajo y el aumento de la inmigración desde Venezuela, crearon el escenario perfecto para el crecimiento de las plataformas, ya que les ha permitido contar con un contingente de repartidores siempre disponible y cada vez mayor, a coste cero. Si afinamos la mirada, una prueba de esto lo podemos encontrar en los datos de la propia comunidad de Madrid, que en la Encuesta Regional de Inmigración 2019 plantea que un 15% de la población migrante trabaja por cuenta propia, siendo un 10% en 2016.

Por otra parte, y dado que, como decíamos, las plataformas casi no revelan datos, prácticamente no existen cifras oficiales que nos permitan realizar un sondeo sobre la realidad o el perfil de los repartidores, de modo que debemos remitirnos a los informes publicados por la propia patronal (Adigital, 2019 y Adigital, 2020a)¹².

Para comenzar, vale mencionar que el modelo contractual entre plataformas y repartidores es el contrato mercantil TRADE: Trabajador Autónomo Dependiente Económicamente, sacado del mundo de los transportistas y utilizado aquí -con mayor o menor sentido- para intentar adecuarse a la legislación vigente tras senda actuación de Inspección de Trabajo sobre Deliveroo en Madrid. El TRADE reconoce que el repartidor obtiene hasta un 75% de sus ingresos de un solo *cliente* -la plataforma en cuestión-. O sea, *casi* un asalariado.

En el mismo informe antes mencionado (Adigital, 2020a), donde se encuestó a 1.800 repartidores, se estima que el total de perfiles en las plataformas de reparto para mediados de 2019 estaba en torno a la sorprendente cifra de 29.300 (cada repartidor puede tener perfiles en una o más plataformas), lo que significaría alrededor de unos 15mil repartidores. Es decir, cada repartidor trabajaría por lo menos en dos plataformas. Para hacernos una idea del crecimiento exponencial del sector, debemos pensar que tan sólo

¹¹ Disponible en: <<https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=24295>>

¹² A pesar de que estos datos sirven para construir una idea global de la realidad, hay que tener sumo cuidado en su uso, pues se publicaron en medio de una crisis judicial aguda.

un años después, en 2020, la propia patronal planteaba que había más de 30mil repartidores operando como autónomos (Adigital, 2020b), aunque seguían manteniendo plantillas increíblemente pequeñas, de tan sólo unos cientos de empleados. Por otra parte, Adigital (2020a) sostiene que los repartidores ganan 1.4 veces más que el SMI (Salario Mínimo interprofesional), traducidos en 17.300€ brutos al año, aunque no especifica con cuántas horas de trabajo semanales ni hace un acercamiento al monto neto considerando la inmensa cantidad de gastos de autónomo mensuales. Entre los 1.800 repartidores encuestados para el informe, tres de cada cuatro valorarían sobre todo la flexibilidad horaria, así como la facilidad para comenzar a trabajar y generar ingresos, considerando que un 25% estaba en el paro antes de “colaborar” con alguna de las plataformas. De estos, el 32% valoraría sobre todo la posibilidad de combinarlo con otros trabajos o estudios; el 78% planea ser repartidor más de un año y sólo el 8% buscaría un contrato de trabajo con horario definido¹³. Más del 40% tendría entre 29 y 39 años y sólo el 17% ya era autónomo antes de ser repartidor. Además, dos de cada tres prestarían sus servicios menos de 20 horas a la semana y casi el 65% duraría menos de seis meses como repartidor. En otras palabras, se trata de un sector con una tasa de recambio de la población trabajadora realmente asombrosa.

A pesar de que las plataformas han defendido a ultranza que son una oportunidad para aprovechar un trabajo a medio tiempo y obtener ingresos extra, la experiencia demuestra que una proporción significativa de los repartidores depende de su actividad, y si bien hay varios que lo conjugan con otras actividades -estudios o alguna otra fuente de ingreso-, se trata de un trabajo en el cual sus propios mecanismos internos están meticulosamente articulados para que el repartidor *deba* dedicarle el mayor tiempo posible.

Por otra parte, todo esto nos permite ver que los repartidores, en tanto colectivo, no calzan con la idea de emprendedor generalizada o con la imagen de jóvenes imbuidos en una corriente económica transgresora. Son simplemente trabajadores que han asumido los riesgos de su actividad para poder sobrevivir. El escenario diario dista mucho de aquel discurso que pretende presentarlos como jóvenes emprendedores disruptivos y amantes de la vida al aire libre. Los repartidores son en su mayoría inmigrantes, precarizados, no

¹³ Aquí hay un ejemplo flagrante de lo que decíamos más arriba. Como iremos viendo, la patronal jugó un papel activo y fundamental para luchar contra la regulación del sector, por lo que resulta llamativa la cifra de que tan sólo el 8% de los repartidores estuviera por la opción de un contrato laboral.

tan jóvenes, padres o madres de familia, de las más variadas disciplinas, muchos están con sobrepeso por pasar todo el día arriba de la motocicleta, demasiado delgados los que trabajan en bicicleta, y no entran en las plataformas en busca de una aventura empresarial, sino para poder (sobre)vivir, como cualquier trabajador. Una suma de factores que genera un escenario aún más complejo al momento de pensar cómo se desarrolla la actividad en la práctica.

2. Principales aspectos de la organización del trabajo

Si la aparición de los repartidores de plataformas ha llamado la atención de toda la sociedad, no ha sido sólo por estar insertos en un trabajo con aires futuristas y disruptivos, sino principalmente por tratarse de un modelo que se organiza desde parámetros y principios que transgreden todas las convenciones previas sobre las relaciones laborales. Para hacernos una idea de esto, vale pensar que incluso la cadena RTVE (Radio y Televisión Española) creó una serie juvenil titulada “Riders”. Plagada de estereotipos y lugares comunes, igualmente permite comprender el imaginario desde dónde se observa a los repartidores: jóvenes inmigrantes en situación altamente precaria -rozando la pobreza-, que pasan todo el día en la calle y están marginados de la sociedad, además de estar atados a un modelo de trabajo que expone constantemente al peligro y que no resguarda casi ningún derecho. La serie da la idea de un mercado totalmente desregulado, prácticamente informal, donde los repartidores se juegan la vida para subsistir. La empresa para la que trabajan, “Pillaloo” -hay que destacar la creatividad del nombre-, aparece como la única posibilidad de generar ingresos, por lo que deben aguantar las condiciones que impone. Un dato curioso al respecto: en un intento por hacer un guiño al proceso real, los protagonistas crean una asociación llamada “Riders X Seguridades” y su líder también es una mujer.

A pesar de lo que plantea la patronal en sus informes, lo que más alarma a la gente, según he podido comprobar durante todo este tiempo, radica en el mal pago, las nulas coberturas y el alto riesgo que conlleva. Existe la opinión generalizada de que el trabajo como repartidor de plataformas es “un trabajo precario más”, que estaría regido por los mismos principios que un operador telefónico, un captador de socios o un vendedor de seguros. Sin embargo, esto no es del todo así. La articulación de la organización del trabajo en plataformas digitales, si bien sí puede compartir algunos lineamientos generales con otras

actividades igualmente disciplinantes, en realidad se trata de un fenómeno con una mecánica poco conocida.

2.1 Principios generales del modelo de trabajo

Como queda claro, la viga maestra que sostiene la expansión del sector y el conflicto social que ha generado es la condición de autónomo que deben asumir los repartidores. En las distintas plataformas, aquella posición estaría justificada por el propio modelo de trabajo, que aseguraría al repartidor la flexibilidad de poder elegir cuándo, cómo y dónde trabajar. Y aquí es donde aparece el gran invento de este tipo de empresas, la herramienta que es su sello tecnológico colaborativo y que permite organizar el trabajo al mismo tiempo que actúa como un instrumento de empoderamiento para los consumidores: el sistema de reputación. En realidad, se trata de los mismos algoritmos que organizan la actividad, pero que actuarían de tal manera que permitirían generar toda una corriente económica disruptiva.

En concreto, los sistemas de reputación son una función de las aplicaciones que permite a la comunidad de usuarios y a la misma empresa evaluar el servicio ofrecido por los distintos colaboradores -lo que hoy conocemos como “la experiencia”-, generando una calificación que determina su posición frente al resto de sus compañeros. Consecuentemente, también sirven para que la empresa controle y actúe sobre ellos, llegando incluso a poder prohibir su actividad si no cumplen con las expectativas de rendimiento o comportamiento. De aquí surgen la mayoría de los famosos casos sobre las “desconexiones”.

En términos simples, todo esto significa que la base de la organización del trabajo es la competencia. Los repartidores compiten por las horas y la carga de trabajo a través del sistema de reputación, que varía día a día. Un repartidor con una alta valoración tendrá un mayor flujo de pedidos en la aplicación que otro con una valoración baja, con lo que podrá tener más chances de subir su puntaje, más horas de trabajo, más pedidos y ganará más dinero. Al contrario, un repartidor con baja valoración tendrá menos carga de trabajo, menos posibilidades de aumentar su puntaje y ganará cada vez menos dinero. Es decir, el sistema permite subir en base a esfuerzo y sacrificio o ir cayendo estrepitosamente.

A pesar de ser un claro elemento de organización del trabajo -de laboralidad-, los algoritmos de los sistemas de reputación aún operan como “cajas negras”. Nadie sabe

exactamente bien cómo funcionan ni qué variables miden, ya que van siendo reprogramados de manera arbitraria y son resguardados con celo. Solamente se conocen algunas de sus variables a partir de ciertas exigencias impuestas por las propias plataformas -que son presentadas como “recomendaciones”-, la experiencia de algunos repartidores, diversos juicios e investigaciones sobre el tema.

Los repartidores, entonces, son evaluados por clientes, *partners* y por la propia plataforma, que recolecta y sistematiza datos sobre su rendimiento, según lo cual va generando un puntaje. Estas “métricas”, como las llama Deliveroo, o “excelencia” en Glovo, cada repartidor puede revisarlas constantemente, ya que se actualizan cada semana y están a disposición en la sesión que debe utilizar para trabajar. No obstante, solamente es posible ver el resultado total de aquellas evaluaciones, pero no qué conducta o detalle fue el que le hizo bajar el puntaje. En Glovo, por ejemplo, los clientes pueden evaluar con emoticonos de caras que expresan distintos estados de ánimo. De modo que el repartidor, al ser sancionado, sabrá que recibió una “carita triste”, pero no qué cliente o *partner* fue ni por qué se la dio. El único caso en que esto se informa es cuando la evaluación se transforma en motivo de Cese de colaboración, que es avisado por correo electrónico.

Como consecuencia de lo anterior, una de las características fundamentales de la organización del trabajo es que los repartidores nunca saben con certeza según qué parámetros los están midiendo ni qué implicancias tiene su comportamiento en la frecuencia con que son seleccionados para trabajar, pues, además, aquellas exigencias o “recomendaciones” que sí se anuncian, van cambiando constantemente, según las necesidades de la plataforma. Es más, podríamos decir que el cambio es una de las estrategias clave que sostienen la organización del trabajo. Son cambios en los contratos, en los requisitos, en las formas de pago, en el modo de competir por las horas y carga de trabajo, en las formas de evaluación y en las distancias que se deben recorrer.

A todo esto debemos sumar que los tiempos “muertos” no se pagan, ya que se cobra por cada pedido entregado, no por horas de disponibilidad. Se trata de otro punto que ha sido crucial en los diversos juicios o en las actuaciones de Inspección de Trabajo, donde se ha constatado que las plataformas consideran como tiempo trabajado sólo aquel que transcurre mientras el repartidor está realizando un pedido, y no todo el que está

conectado a la aplicación. Así, puede ser que se esté diez horas seguidas en la calle y conectado a la plataforma, pero a ojos de la empresa sólo se haya trabajado dos.

Como veremos, constantemente las plataformas han defendido que los repartidores ganan alrededor de 10€ por hora (Adigital, 2019), aunque la experiencia demuestra otra cosa. Según los cálculos de Riders X Derechos y UGT, además del trabajo realizado por el Sindicato de Trabajadores Independientes de Gran Bretaña (IWGB, 2021), que analizó las facturas de repartidores de diferentes países, el promedio de retribución por cada pedido entregado ronda los 3€, sin descontar los gastos de la actividad. De modo que para alcanzar los 10€ por hora, habría que hacer básicamente tres pedidos en cada una, sin tiempos muertos o ratos para descansar. Estos datos debemos cruzarlos con los entregados por la propia patronal en 2019, que recién revisamos, donde planteaba que los repartidores ganarían 1.4 veces más que el SMI, lo que por ese entonces significaba 1330€ mensuales. Si suponemos que esto es cierto, para llegar a 1330€ ganando 10€ por hora, se necesitarían sólo 133 horas de trabajo al mes, o 33 semanales. Esto es 28 horas mensuales menos que una jornada completa y con retribuciones más altas. Pero aquí reaparece el problema anterior, ¿qué es lo que consideran las empresas como tiempo trabajado? ¿Cuántas horas sería necesario estar en la calle para alcanzar aquellas cifras?

Por otra parte, y a diferencia del puntaje arrojado por el sistema de reputación, que se actualiza semanalmente, los repartidores pueden revisar constantemente en su aplicación cuánto dinero llevan ganado, puesto que se va sincronizando en tiempo real. Una mecánica que evidentemente estimula el rendimiento.

Por último, ninguna empresa proporciona lugar de descanso, siquiera un techo, ni asesoría mecánica para los vehículos, comida o agua. El campo de trabajo es la calle y todo corre por cuenta de los repartidores. De modo que, durante las jornadas, cuando no están repartiendo o descansando, es común verlos dar vueltas por la ciudad, ya que si no llevan un pedido en la mochila así hay más probabilidades de pasar cerca de un local con demanda y que caiga uno en la aplicación¹⁴. Es por esto que existen ciertos puntos

¹⁴ Así se dice en el ambiente cuando la plataforma selecciona para trabajar: “*Me cayó un pedido*”. Es una expresión que da a entender que los pedidos andan rondando por el aire y entran en la aplicación del repartidor por razones desconocidas. Y, en realidad, refleja muy bien cómo actúa el sistema. En muchas partes se ha dado a entender que la asignación de pedidos funciona a modo de un llamamiento público, como si todos los repartidores disponibles pudiesen ver la demanda que hay que cubrir y van compitiendo por acapararla. Pero no es así. Compiten a ciegas, pues la plataforma selecciona y envía el pedido a un solo repartidor.

estratégicos donde se congregan los repartidores según cada zona de la ciudad. Son lugares que están cerca de determinados locales con alta demanda. En Madrid, los principales son: Atocha, Tribunal-Alonso Martínez, Cuatro Caminos y Plaza Castilla. Los repartidores de Glovo generalmente están en las puertas de los distintos McDonald's, puesto que la empresa tiene un acuerdo de exclusividad con la famosa hamburguesería. Cuando se pasa por estos puntos, es habitual ver a los repartidores haciendo colas, esperando pedidos, charlando un rato y aprovechando de descansar bajo algún techo o sombra.

En consecuencia, no sólo se trata de un sistema realmente complejo y repleto de articulaciones para ir organizando el trabajo en el día a día, sino que es un modelo que mantiene ciertos puntos ciegos de manera estratégica, lo cual juega un papel fundamental en su efectividad a la hora de producir competencia y en cómo cada repartidor lo interpreta y enfrenta, además de ser una pieza clave en el conflicto judicial y legislativo.

3. La batalla judicial y el frente legislativo

Uno de los elementos fundamentales que debemos tener en cuenta al momento de observar todo este panorama es que la explosiva puesta en marcha del modelo de trabajo de las plataformas de reparto ha puesto en tensión la legislación de diversos países. En innumerables lados han debido pisar los tribunales por desconocer distintos derechos de los trabajadores. Y en la enorme mayoría, por no decir todos, el tema de fondo ha sido el mismo: los falsos autónomos. Las plataformas imponen su método de organización del trabajo independientemente del país donde operen y a pesar de que transgreda la legalidad vigente, llevando a que los trabajadores deban aprender a adaptarse a las mismas exigencias, ya sea que se encuentren en Bélgica, Perú o Sudáfrica. Por eso mismo, existe un sector cada vez más grande que ha visto en su modo de organizar el trabajo una estrategia para, bajo el discurso de autonomía y flexibilidad, traspasar los costes de la actividad a los trabajadores, mientras mantienen una clara relación de dependencia y ajenidad. En el caso de España, esto ha supuesto una verdadera batalla judicial, que se ha extendido por más de cuatro años y que ha traído importantes consecuencias.

Tras varias denuncias interpuestas en Inspección de Trabajo por repartidores de las distintas comunidades autónomas, la institución comenzó investigaciones particularmente minuciosas para desentrañar las bases del modelo. En términos simples, en todas y cada una de sus actuaciones a lo largo y ancho del país determinó que los repartidores operaban como falsos autónomos. Así surgió lo que aquí bautizaremos como la batalla judicial entre las plataformas y la administración. El mecanismo es el siguiente: a partir de cada resolución de Inspección de Trabajo, la Tesorería General de la Seguridad Social actúa de oficio y da de alta en el Régimen General de la Seguridad Social a los repartidores afectados, reclamando a la plataforma en cuestión las cotizaciones impagas. La plataforma, por su parte, al considerar que la inspección llegó a una conclusión errónea, tiene la opción de recurrir dicha actuación, y así se forma lo que se conoce como un macro-juicio. Es un juicio entre la TGSS y la empresa, donde los repartidores afectados por el proceso se pueden hacer representar.

Para dimensionar un poco el problema, sólo entre 2019 y 2020 Inspección de Trabajo realizó cerca de 30 actuaciones únicamente sobre Glovo, a causa de 22 denuncias interpuestas, con lo que la TGSS dio de alta en el Régimen General a más de 11mil repartidores, reclamando más de 16 millones de euros en cotizaciones impagas (Periódico Europapress, 2020). Aunque es probable que el cálculo tenga algún error, ya que es difícil seguir la pista de los sucesos, en 2020 el periódico La Vanguardia contabilizó 45 actuaciones en total sobre las plataformas de reparto y más de 20mil repartidores dados de alta de oficio desde 2017 (Periódico La Vanguardia, 2020), a lo cual hay que sumar las diversas -e incontables- demandas individuales. Además, todas las actuaciones de Inspección de Trabajo han sido recurridas, llevando el proceso a los macro-juicios, que se han esparcido por las distintas comunidades autónomas, generando un verdadero lío administrativo. Efectivamente, el caso de los repartidores ha supuesto un problema para los juzgados, que nunca habían tenido que informar de juicios a semejante cantidad de falsos autónomos al mismo tiempo: 532 uno de Deliveroo, 3.200 otro de Glovo y 2.200 otro de Amazon, sólo por dar algunos ejemplos.

Si bien hasta el momento no todos los juicios se han podido celebrar, las sentencias publicadas han sido contundentes: de cara a la ley actual, los repartidores son falsos autónomos. Se trata de un camino que ha sido largo y lento, pues, además, cada una de

las sentencias generadas por tribunales de primera instancia también han sido recurridas, y luego ha sucedido lo mismo con las resoluciones del respectivo Tribunal Superior de Justicia (salvo algunos casos excepcionales). En consecuencia, de todos los casos y demandas interpuestas, hay sólo dos que han obtenido sentencia del Tribunal Supremo. La primera, el 25 de septiembre del 2020, donde se decretó la laboralidad de un repartidor de Glovo que había trabajado durante el año 2016. Y, la segunda, del primer macro-juicio entre Deliveroo y la TGSS en Madrid, que afectó a 532 trabajadores. A pesar de ello, si se suman todas, hasta el momento de la promulgación de la “Ley rider”, en agosto del 2021, se contabilizaban casi 50 sentencias que las condenan por haber creado un complejo entramado para explotar a los repartidores bajo la figura del falso autónomo, además de acumular durante varios años una deuda que superó los 30 millones de euros a la Seguridad Social (Periódico El País, 2021a).

Por otra parte, las tres han sido demandadas desde la administración por utilizar a repartidores inmigrantes sin permiso de trabajo. A tal punto ha llegado este asunto, que incluso el Departamento Contra la Trata de Seres Humanos de la policía abrió una investigación que seguía la dinámica de las plataformas para contar ininterrumpidamente con una masa de repartidores inmigrantes en situación de franca vulnerabilidad para explotarlos. En Italia, de hecho, en el verano del 2020 se puso bajo administración judicial a Uber Eats por una situación parecida (Portal euronews., 2020).

Pocos sectores hay que afronten más de cuarenta sentencias en contra y sigan operando de la misma manera a plena luz del día. Se trata de una situación con la que las plataformas han aprendido a convivir. El argumento de fondo para estirar el conflicto sería que en las leyes actuales existen ciertas zonas grises que las mantienen en una permanente situación de inseguridad jurídica, negándoles la posibilidad de ofrecer coberturas a los repartidores, ya que estarían cruzando la línea de la relación laboral. De esta manera, y a diferencia de cómo se dio a entender el asunto en diversos medios, fueron las propias plataformas las que comenzaron a pujar para llevar adelante un proceso legislativo que las legitimara. Todo esto fue llevado a cabo mediante una campaña de lobby y presión pública, donde buscaron respaldo en los sindicatos, partidos políticos y organizaciones de autónomos. Incluso, tras la primera sentencia del Tribunal Supremo, que decretaba la existencia de relación laboral, se mantuvieron firmes en su línea e intentaron llevar la discusión por esta senda.

Por otra parte, en todo este escenario debemos poner especial atención a la posición y el papel que han jugado los propios repartidores. Más allá de que la economía de plataformas intente presentarse como un movimiento que reúne voluntades para generar un nuevo orden de cosas, estamos hablando de trabajadores que han desarrollado un arduo trabajo bajo condiciones que la propia administración ha declarado ilegal en repetidas ocasiones, lo que suma un nuevo componente al momento de pensar su día a día y el modo de enfrentar la actividad.

En cuanto a la relación con las plataformas, vale decir que ha sido por lo menos compleja. Lo cierto es que, a lo largo de todo este conflicto, hemos sido testigos de un manejo autoritario y vertical por parte de las empresas, que poco a poco pasó a ser parte del panorama cotidiano. Se trata de toda una serie de tácticas que ensancharon la lista de casos judiciales, además de llamar la atención de los medios de comunicación, sindicatos y partidos políticos, que rápidamente comenzaron a tomar un papel protagónico en el asunto. Fue de esas experiencias, allá por el 2017, que a partir de la coordinación entre los repartidores de Deliveroo de distintos sectores de España, surgió el movimiento Riders X Derechos. Sin embargo, a medida que todo el conflicto judicial se desarrollaba, también fueron apareciendo asociaciones de repartidores que defendían a ultranza la figura del autónomo y el sistema de trabajo del colaborador. Se trata de un movimiento que inició en 2018, cuando se comenzaban a celebrar los primeros macro-juicios. Entre todas llevaron adelante una agresiva campaña en medios de comunicación y entre los mismos trabajadores en busca de defender el modelo, lo que llevó a una creciente polarización, derivando en que, en términos gruesos, los repartidores se dividieran en dos bandos: los a favor del modelo de autónomos y los que buscaban la relación laboral.

De esta manera, si en 2017 hubo un sector de los repartidores que se movilizó para protestar por su condición de falsos autónomos, en 2020 surgió otro, considerablemente más grande, que lo hizo para luchar contra la regulación que llevaría a la laboralidad. Así las cosas, perfectamente podría ser que algunos de los repartidores más antiguos hayan participado de ambos procesos.

Se formó, entonces, una verdadera guerra interna, donde las leyes, el gobierno, el Ministerio de Trabajo y Economía Social, los jueces y sindicatos pasaron a ser vistos como los defensores de un sistema burocrático que impide la meritocracia y la movilidad social.

Planteamiento del problema de investigación

La corta pero intensa historia de las plataformas de reparto en el país se apoya en diversos puntos que dan para varias tesis doctorales. Esto va desde las políticas gubernamentales que han permitido su auge, pasando por la configuración y el funcionamiento de los algoritmos como cajas negras, el trabajo inmigrante que caracteriza al sector o incluso el proceso de regularización que motivaron. Por ello, durante esta investigación seguiremos una línea estratégica que nos permita abordar los distintos fenómenos que dan forma al complejo escenario que han desencadenado, centrándonos fundamentalmente en un doble propósito. Por una parte, desentrañar los mecanismos del modelo de trabajo, sus orígenes, qué principios lo sustentan y cómo se expresa en la práctica diaria, poniendo el foco en descubrir cómo se insertan los repartidores en este entramado y la configuración de las principales estrategias que, según mi propia posición y experiencia en el campo, son diseñadas para desenvolverse en él; y, por la otra, revisar cómo se ha desarrollado la batalla judicial y el frente legislativo que han librado para intentar legitimarse, donde nos centraremos en revisar, ordenar y contextualizar las distintas tácticas puestas en marcha, las consecuencias que todo esto ha generado tanto a nivel institucional como en los propios repartidores y qué objetivos han perseguido con ella.

Si las plataformas digitales han sabido aprovechar las distintas coyunturas sociales: crisis económica, fenómeno migratorio, tarifa plana y escasez de empleo como un escenario ideal para hacer crecer mercados, revolucionando su organización y estimulando la competencia, al mismo tiempo que la población ha ido incorporando ávidamente cada uno de estos avances en sus dinámicas cotidianas, otorgándoles una posición privilegiada, muchas veces cercana a los monopolios, se hace necesario conocer cómo se desarrolla y vive su modelo de trabajo, pues en la práctica encuentra escenarios que a primera vista parecerían contrapuestos: la necesidad de trabajar y la oportunidad de emprender. Todo esto, teniendo en cuenta que se trata de un modo de organización que abre las puertas a los mecanismos del mercado para entrar hasta lo más íntimo de la vida cotidiana, lo cual supone todo un nuevo contexto en donde se inserta el sujeto, una nueva forma también de pensar su trabajo, las relaciones y a sí mismo, con sus conflictos, resistencias, historias y estrategias.

Del mismo modo, si las plataformas de reparto han logrado extender el conflicto judicial por más de cuatro años, se hace imprescindible conocer cuáles son las estrategias y

argumentos desplegados tras este modo de operar, qué objetivos han perseguido, si hay un hilo conductor desde el que se pueda entender o si es equiparable a la experiencia en otros países. Todo esto, nuevamente, sin dejar de tener en cuenta qué ha supuesto para los repartidores.

Además, si en estos pocos años las plataformas de reparto se transformaron en el ejemplo preferido para hablar de la precarización del trabajo, ¿cómo se explica que un sector importante de los mismos repartidores se organizara y saliera a las calles a defenderlo?

Es fundamental comprender de dónde viene este modelo y qué principios lo sustentan, ya que lo que hemos revisado hasta ahora nos permite ver que su puesta en marcha y expansión plantean una serie de problemáticas a distintos niveles, que no se agotan en la “Ley rider”.

Por tanto, para poder llevar adelante todos estos asuntos, guiaremos la investigación de la siguiente manera:

Preguntas de investigación

- ¿Cuáles son las transformaciones, tanto en las relaciones económicas y laborales como en las formas de ser y pensar al sujeto trabajador, que guardan en sí la explosión y consolidación de las nuevas empresas de reparto que funcionan a través de plataformas digitales?
- ¿Qué estrategias y medios han puesto en marcha las plataformas digitales de reparto para intentar legitimar su modelo ante la regulación del trabajo y la sociedad?

Objetivos generales

- Descubrir y explicar cuáles son las transformaciones, tanto en las relaciones económicas y laborales como en las formas de ser y pensar al sujeto trabajador, que guardan en sí la explosión y consolidación de las nuevas empresas de reparto que funcionan a través de plataformas digitales.
- Identificar y poner en contexto las estrategias y medios que las plataformas digitales de reparto han puesto en marcha para intentar legitimar su modelo ante la regulación del trabajo y la sociedad.

Objetivos específicos

- Realizar un recorrido histórico que permita esclarecer los principios políticos y económicos que han dado origen al movimiento de la economía de plataformas y su desarrollo tecnológico, para desde allí situar los modos de acción de las actuales compañías dentro de un contexto amplio y lógico.
- Analizar el entramado discursivo sobre el que se sustentan las plataformas digitales en general, y las de reparto en particular, y cuál es el impacto que ha logrado generar.
- Registrar las prácticas específicas y comprender el sentido de las dinámicas que componen el modelo de trabajo en el sector, a través de la interrelación entre el repartidor, la plataforma, los *partners* y el consumidor, tomando como punto de referencia la actividad en las tres principales empresas de reparto en Madrid: Deliveroo, Uber Eats y Glovo.
- Describir el entramado que compone la organización del trabajo a través de los distintos dispositivos de seguimiento de la conducta, los requerimientos que genera y la configuración de las principales estrategias que han desarrollado los repartidores para desenvolverse en él, teniendo en cuenta desde las distintas posibilidades y modos de aceptación, integración, rechazo o resistencia de sus lógicas internas.
- Reconstruir los principales sucesos que han marcado la historia de las plataformas de reparto en España para identificar el hilo conductor que permita comprenderlos y ponerlos en contexto.

Justificación del objeto de estudio y relevancia socioantropológica

Generalmente, cuando se piensa en las plataformas de reparto y su recorrido en el país, se pone el foco casi exclusivamente en los principales aspectos del conflicto judicial y el proceso legislativo que han protagonizado gracias al abuso de la figura del autónomo. Esto a todas luces es un problema. La discusión se ha centrado sobre todo en tecnicismos jurídicos y recovecos normativos sobre el encuadre que deben tener en el marco legislativo, pero ha costado abrir el camino para hablar en profundidad de su figura del colaborador, del papel que está jugando el desarrollo de algoritmos laborales, del trasfondo discursivo o ideológico, de sus actuales y futuras consecuencias, o del proyecto

de sociedad que representan. Durante todo este tiempo, la economía de plataformas no sólo ha ido transformando los modos de trabajo y, de manera más silente, las disposiciones de los propios trabajadores frente a su actividad, sino que fundamentalmente también está logrando poner en discusión los márgenes que diferencian entre lo que entendemos por un asalariado y un autónomo, entre un trabajador y un emprendedor, transformando las prácticas en torno al trabajo a través de nuevos modos de organización. Hablamos de un movimiento empresarial definido, que ha desarrollado las tecnologías y los discursos necesarios para botar las barreras estructurales y ampliar las fronteras del emprendimiento, hasta llevarlo a la palma de la mano. De ahí en más, hemos visto a cierto tipo de personas, que por lo general conviven con situaciones de riesgo, como estudiantes, parados, inmigrantes o mujeres dueñas de hogar, ser comprendidas como agentes económicos en perfectas condiciones, que pueden entrar a competir asumiendo los costes y consecuencias de su actividad. Hoy en día existe la posibilidad real de transformarse en un pequeño empresario multitarea sin grandes costes de por medio. En la gran mayoría de los casos, sin embargo, se trata de emprendimientos precarios, puesto que el punto fundamental que marca el éxito o fracaso es la capacidad de autogestión de cada trabajador en su esfuerzo por rentabilizar recursos ordinarios. Todo esto no es más que la expresión de una forma de comprender al sujeto y su posición frente a la sociedad.

El sector de las plataformas de trabajo ha sabido cubrirse bajo ese velo disruptivo y prometedor que le otorgan sus avances tecnológicos, lo que hace que a veces cueste dimensionar sus alcances. Estamos ante todo un movimiento con una propuesta clara, que sobrepasa largamente las pretensiones de un mero conjunto de emprendimientos soñadores que invierten en las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación). Por eso mismo, y tal como iremos viendo, esto no se trata de un asunto coyuntural, es un proceso histórico. Sería un error guiarse por hechos aislados y no intentar ver toda la imagen en perspectiva. Nos equivocáramos si pensamos que por determinadas sentencias o leyes específicas este movimiento llegará a su fin, como si se tratara de cierta moda digital que desaparecerá sin dejar rastro, o como si en otras partes del mundo no hubiesen logrado ya imponer su visión, modificando o tumbando leyes concretas. Tal como veremos, la economía de plataformas ha instalado una campaña en toda regla para modificar poco a poco la regulación del trabajo y transformar sus principios. Así ha

sucedido en Francia, Italia, España, Bélgica, Inglaterra, Alemania, Chile, Colombia, Argentina, Estados Unidos y un largo etcétera.

Mientras tanto, las diferentes administraciones van quedando presa de las dudas, viendo con sus propios ojos cómo día a día las prácticas más ordinarias ponen en cuestión los límites establecidos, y apenas tienen capacidad de respuesta ante la espectacular fuerza de acción de las multimillonarias empresas y sus tecnologías, que en pocos meses crean actividad para miles de trabajadores de los más diversos tipos, generando con ello toda una crítica a la burocracia del Estado y sus regulaciones. En este sentido, el modo de actuar de las plataformas de reparto en España sirve como referencia. De alguna manera, marcadas por la flexibilidad y la agilidad propia de sus estructuras, se han movido con una rapidez que les ha permitido cruzar constantemente los límites legales y poner en verdaderos aprietos a la administración; mientras que, paralelamente, han seguido creciendo por encima de sus posibilidades, inflando una burbuja laboral que trae consecuencias terribles para las personas, pero que las hace irresistiblemente tentadoras para el capital riesgo, cuyo papel es subir cada vez más su valoración en cada ronda de financiación, otorgándoles mayor poder de presión y negociación; todo lo cual, por otra parte, les ha dado margen de acción para ir afinando un modelo de organización del trabajo a todas luces radical, donde día a día el repartidor debe enfrentarse en soledad a los caprichosos movimientos del mercado, y donde la plataforma, como único mediador, lo sitúa en la más ardua competencia, en la que *debe* aprender a desenvolverse para mantenerse en carrera.

Como queda claro, dado el contexto actual, se hace imprescindible conocer a fondo el modelo desplegado por las plataformas de reparto y los principios que sustentan su modo de operar, junto con enmarcarlo en un desarrollo que permita comprender la expansión de la economía de plataformas en general. Es por todo esto que la presente investigación apunta directamente a llevar al terreno concreto los grandes discursos y fenómenos que componen el problema: el emprendimiento, la economía colaborativa, la revolución digital y la organización algorítmica del trabajo, para ver a través de qué mecanismos toman forma en la práctica real y qué impactos tienen sobre los trabajadores y la institucionalidad. Su aporte radica precisamente en el hecho de haber podido seguir de cerca el problema durante varios años y desde distintas perspectivas, resultando en un esfuerzo por encontrar las claves que permitan explicar los procesos que han construido

el escenario que podemos ver en la actualidad. Por ello, y aunque ya lo revisaremos en profundidad, el diseño de la investigación y sus objetivos están pensados para abordar el problema y su desarrollo en el tiempo a través de lo que ha sido mi propia experiencia en el explosivo recorrido de las plataformas de reparto en España, proceso en el que no sólo he seguido el rastro al actuar de las empresas, ya fuera como repartidor o participando para influir en el devenir del sector, sino que también he podido conocer las historias de compañeros, compartir con ellos y escuchar sus experiencias. A fin de cuentas, el objetivo no es otro que intentar arrojar luz sobre algunos puntos clave: el entramado que compone la organización del trabajo, las estrategias desarrolladas para enfrentarlo, el papel colectivo de los repartidores en el sector y la lucha política de las propias empresas.

No obstante, es evidente que el mundo de las plataformas digitales y sus tecnologías de procesamiento de datos plantean un desafío a la investigación social que pretenda describirlas y comprender su articulación. En este sentido, lo más lógico sería esquivar tal enredo. Además, dado que los algoritmos de las plataformas aún operan como cajas negras, hoy en día se están desarrollando investigaciones desde el mundo informático basadas en métodos de ingeniería inversa para conocer a fondo sus procesos. Es decir, por ejemplo, si los requerimientos de la plataforma van siempre en un sentido unidireccional, desde los algoritmos hacia la aplicación del repartidor, la tecnología actual permite seguir esos rastros en sentido inverso, desde la aplicación del repartidor hacia los algoritmos, lo que en algún momento nos dará importantes pistas sobre los criterios que tienen codificados.

A pesar de todo ello, la investigación social no sólo es pertinente para abordar todos estos aspectos, sino que es fundamental para poder conocer cómo se despliegan en el día a día y cómo lo experimentan los trabajadores, además de relacionarlos con el contexto económico y político en el que se desenvuelven. La investigación social permite ir atando cabos que efectivamente arrojan luz sobre las lógicas que rigen el funcionamiento de los algoritmos, pero también, y de forma más específica, sobre las variables que consideran, los datos que procesan y su modo de organizar el trabajo.

Estamos en un momento donde todavía hay mucho desconocimiento sobre el tema de las plataformas digitales y la organización del trabajo por medio de algoritmos, de modo que a veces cuesta sopesar sus dimensiones y todo parece distópico o un poco forzado. Ahí

radica una de las misiones que tenemos los investigadores. El acelerado cambio tecnológico y la capacidad de innovación, transformación y adaptación del mundo empresarial han ido construyendo un panorama tremendamente complejo, que se ha vuelto difícil descifrar. Y esto es fundamental. En la actividad que se está realizando desde el mundo sindical o de los movimientos sociales (me refiero particularmente de UGT y Riders X Derechos en España, pero de varias iniciativas más, sobre todo en Latinoamérica) no hemos podido contar con investigaciones empíricas que entreguen las claves y los conceptos necesarios para desentrañar la realidad a la que nos enfrentamos. Aunque en parte esto se explica porque se trata de un fenómeno emergente y relativamente nuevo, la verdad es que ha ganado terreno a pasos agigantados y es imprescindible generar conocimiento científico al respecto.

Marco referencial

La sección que sigue a continuación pretende comprender en profundidad el fenómeno de la economía de plataformas y los diferentes aspectos que le dan forma, por lo que intentaremos hacer un recorrido desde las ideas que han impulsado su surgimiento hasta las bases de su modo de operar. El objetivo es poder reconstruir el contexto en el que se enmarcan las plataformas de reparto y comprender la lógica que las subyace.

Para lograr lo anterior, la sección estará dividida básicamente en dos partes. Comenzaremos con un capítulo dedicado a explicar los fundamentos del pensamiento y la práctica neoliberal, donde traeremos a escena los conceptos desde los cuales abordaremos lo que sigue. El punto principal de este apartado será dotarnos de las herramientas que después nos permitan leer nítidamente el modo de operar de la economía de plataformas en general, y las de reparto en particular, desde esta clave económico-política concreta. De modo que podríamos decir que aquí se encontrará lo que es el marco teórico propiamente tal de la investigación. Tras ello, empezaremos un recorrido histórico que nos permita ir identificando y contextualizando los principales postulados y avances tecnológicos que han conformado la economía de plataformas, de tal manera de poder acercarnos a su modo de comprender las cosas: desde la revolución tecno-empresarial de Silicon Valley y el nacimiento de la cultura del riesgo, pasando por el desarrollo de la informática personal y la cibercultura, el surgimiento del emprendedor de internet y la ética *hacker*, hasta el descubrimiento y consolidación del capitalismo de datos y su mayor avance: las plataformas y los algoritmos. El objetivo aquí será lograr capturar las bases del mercado espíritu empresarial que nutre al sector, sus desarrollos tecnológicos y cómo es que han sido llevados hasta el terreno de la organización del trabajo. Una vez hecho todo esto, tendremos los conceptos necesarios para abordar y entender el fenómeno de las plataformas de reparto que hemos experimentado en España.

El neoliberalismo¹⁵

Al momento de hablar de neoliberalismo, un lugar común es hacer referencia a un gran proceso estructural que implicaría sobre todo la reducción del espacio económico, político y social cubierto por el Estado y sus instituciones, frente al avance ágil y voraz del mundo privado, con todas las consecuencias que ello conlleva. Desde el modo en que nosotros intentaremos comprenderlo, sin embargo, el neoliberalismo se presenta como un fenómeno con alcances mucho más profundos, que no se queda sólo en circuitos gubernamentales, sino que irrumpe en el día a día de los sujetos, en sus relaciones sociales y trasciende hasta los modos de pensarse a sí mismo y a los demás.

Progresivamente, desde los años setenta, su modo de hacer política y sociedad ha ido permeando en distintos espacios gracias a que ha ido tomando formas legitimadoras que aparecen como un camino de empoderamiento y libertad (Dardot y Laval, 2015), lo que ha hecho cada vez más difícil señalarlo adecuadamente. De modo que, en términos simples, hablamos de una cierta lógica que puede ser rastreada mediante prácticas concretas.

A grandes rasgos, entonces, se trata de un marco de comprensión, un paradigma que propone a la competencia en el mercado como el mecanismo fundamental desde el cual se debe articular la sociedad, supeditando el resto de las dimensiones de la vida a sus dinámicas, y transformándose, por tanto, en el lugar predilecto donde los sujetos deben ponerse en escena para aprender y generar las respuestas necesarias que permitan adaptarse a sus vaivenes.

Lo que está en juego con el neoliberalismo no es sólo el enfoque desde el que se reflexiona sobre macroeconomía, la formulación de políticas sociales o el punto desde el que se aborda una u otra decisión, sino el modo mismo en que hacemos sociedad, en que nos pensamos y relacionamos cotidianamente. En otras palabras, más que una pura teoría abstracta que propone una serie de fundamentos para encauzar el comportamiento de los agentes en el plano económico de una determinada manera, el neoliberalismo se expresa

¹⁵ Para llevar adelante este capítulo, nos centraremos sobre todo en El nacimiento de la biopolítica (Foucault, 2009) y La nueva razón del mundo (Dardot y Laval, 2015).

generando eventos en el día a día que ponen a los sujetos en situaciones que van creando procesos de subjetivación, proponiendo un camino particular en el que cada uno debe *aprender* cómo desenvolverse.

En síntesis, para comprender de qué se trata y qué tipo de relación esconde con el fenómeno que aquí estudiamos, debemos ver en base a qué problemática se ha dado el desarrollo de sus ideas. El objetivo que sigue, entonces, es hacer una pequeña revisión a los fundamentos ideológicos del neoliberalismo, que nos permita demostrar que son la matriz que da forma, dirección y significado a las prácticas que las actuales empresas de plataformas han puesto en marcha y que los repartidores experimentan en carne propia día a día.

1. Pequeña historia del neoliberalismo

Para realizar este ejercicio, Foucault (2009) propone centrar la atención en la historia del “arte de gobernar”, intentando identificar el conjunto de fundamentos que conforman y respaldan la acción gubernamental en una época determinada. El punto es lograr captar la conciencia de sí del gobierno, su racionalidad. Se trata de comprender bajo qué principios se piensan, encauzan y legitiman las distintas prácticas que componen el arte de gobierno en un cierto periodo histórico.

Dentro de este marco, para constatar la transformación clave que fecha el inicio de lo que podríamos llamar la razón gubernamental moderna, hemos de situarnos a mediados del siglo XVIII. Allí Foucault observa la emergencia y consolidación de un principio que definirá el arte de gobernar a través de la introducción de un hecho decisivo: la delimitación de su campo de acción; y que, además, a diferencia de épocas anteriores, esta vez se fijará desde dentro. Dicho de otro modo, se trata de la construcción de un principio que conlleva una regulación interna de la práctica gubernamental, lo cual en términos históricos también significa toda una nueva forma de entender sus métodos y objetivos. El caso es que este límite, como se sabe, lo establece la economía política. El tema fundamental es que la economía política cree darse cuenta y comprender que hay una naturaleza propia de los objetos sobre los que se ejerce la acción gubernamental, y se va a dedicar a estudiarla. Para ella, la naturaleza es algo que atraviesa y determina de lado a lado la actividad gubernamental, por lo que entiende que un gobierno sabio y pertinente,

que hace lo que debe hacer, será sólo aquel que sepa descubrir, interpretar y respetar correctamente los mecanismos internos de esa naturaleza. Pues, por el contrario, si no actúa en concordancia a ella y siguiendo sus principios, sólo podrá entorpecerla, debiendo lidiar con las consecuencias.

Todo esto significa que el punto crítico de la racionalidad gubernamental se desplaza precisamente hacia la producción del conocimiento que fundamentará y legitimará su acción al definir aquel límite, ya que el éxito o fracaso dependerá en gran medida de que sepa conocer y respetar las leyes propias de la naturaleza de sus objetos. La consecuencia directa de todo esto, entonces, es que el foco “va a girar alrededor del <<cómo no gobernar demasiado>>” (Foucault, 2009: 25-26), del saber reconocer cuándo se está al borde de alterar la naturaleza de los objetos por un exceso de gobierno.

Ahora bien, lo decisivo es que aquel nuevo tipo de racionalidad en el arte de gobernar, marcada por su propia autolimitación y que surge de la reflexión de la economía política, no es otro que el liberalismo. Es el propio liberalismo el que logra establecer un cierto régimen de verdad, que sigue hasta nuestros días, y con ello dar paso a lo que Foucault (2009) llama el “gobierno frugal”, cuyo principio es que un gobierno sabe con certeza que siempre corre el riesgo de gobernar demasiado, aunque nunca sabe bien cómo gobernar lo suficiente y nada más para no alterar la naturaleza de sus objetos. En otras palabras, el liberalismo viene a decir que el mayor mal de un gobierno solamente puede residir en su ignorancia.

Una de las principales transformaciones que explican todo el proceso que derivó en esta nueva racionalidad gubernamental, surgida en el siglo XVIII, y que es donde nosotros debemos poner especial atención, es que el mercado, objeto históricamente privilegiado de la práctica de gobierno, comenzó a ser foco de constante observación y estudio para lograr capturar las leyes naturales que guardarían sus mecanismos internos, llegando a ocupar la revolucionaria posición de ser concebido como un ámbito y proceso de formulación de verdad. Se trata de un giro decisivo, puesto que el mercado, tal como era concebido en los siglos XVI y XVII, se trataba de un lugar marcado por una legislación estricta, en el que se intentaba establecer algo de justicia distributiva a partir de su constante y legítima intervención. Sin embargo, la doctrina liberal plantea que aquello no es sólo un error en el plano práctico de la conducción política, sino un problema mucho más profundo, del enfoque desde el que se lee y entiende la realidad del mercado.

Defienden que por aquel camino se estarían estrangulando sus mecanismos naturales, negándosele la posibilidad de expresar sus verdades. Por lo tanto, se propone como necesario que deba dejar de ser un lugar de jurisdicción para que pueda obedecer libremente a sus propios principios; dando por seguro que, si se intervenía en sus procesos internos, sólo se lograría alterarlos y desnaturalizarlos, trayendo consecuencias negativas para la población. Así, el mercado comienza a ser considerado como un espacio de formulación de verdad. Y esa verdad viene dada porque, cuando se le deja actuar libremente, sus propios mecanismos formarán un “precio natural” (Foucault, 2009).

A partir de aquí es el propio mercado el que definirá que un buen gobierno ya no se limite a ser un gobierno justo, sino que será sólo aquel que actúe en la verdad, acorde a su verdad, la que será interpretada por la doctrina liberal. Todo lo cual se resumirá en la filosofía y puesta en marcha del *laissez-faire*.

Como queda claro, desde esta manera de comprender el arte de gobierno, se va conformando un modelo de sociedad en el que uno de sus principios fundadores es la no intervención del Estado frente a problemáticas que antes sí estaba entre sus atribuciones regular, pues se da por supuesto que es el propio mercado el que irá castigando, motivando, premiando y, en fin, coordinando por sí solo las acciones de los individuos, en un proceso que por fuerza de la naturaleza tendría como resultado el beneficio colectivo.

Para nosotros es particularmente interesante reflexionar sobre una de las implicancias primordiales que plantea el modo de gobierno liberal, que es exactamente la cuestión de la libertad. El término liberalismo hace alusión a que esta forma de gobierno, más allá de respetar o garantizar determinadas libertades, sólo puede funcionar en la medida en que efectivamente haya una serie de libertades aseguradas. En el régimen del liberalismo, la libertad no es un dato previo que haya que respetar, como si fuese una condición derivada de una cualidad innata de las personas, sino que es algo que se debe fabricar a cada momento y desde una perspectiva particular. Se trata del juego de la producción política de la libertad liberal. Y el fundamento regulador supremo de tal campaña es la libertad de acción de los agentes económicos en el mercado. Consecuentemente, el principio para calcular el costo de producción de esa específica libertad es, cómo no, la seguridad. El problema de la seguridad se plantea como la relación entre proteger el interés colectivo

contra los intereses individuales, y a la inversa. Se trata del cálculo constante sobre hasta qué punto es posible, en aras de la producción de libertad liberal, exponer a los sujetos y sus vidas a los procesos del mercado, sin por ello poner en riesgo la estabilidad del gobierno. Lo importante de esto para nosotros es que, en un régimen de este tipo, se hace evidente que aquella relación entre libertad de acción en el mercado y seguridad deberá hacerse alrededor de la noción de peligro, es decir, desde el ejercicio de sopesar en qué medida cada sujeto es efectivamente capaz de afrontar y sortear los vaivenes del mercado en la lucha constante por asegurar su subsistencia. En otras palabras, la consecuencia directa de este planteamiento es que los individuos deben verse enfrentados constantemente a “una situación de peligro o, mejor, estén condicionados a experimentar su situación, su vida, su presente, su futuro, como portadores de peligro. Y esa especie de estímulo del peligro va a ser, creo, una de las principales implicaciones del liberalismo” (Foucault, 2009: 74-75).

En síntesis, desde el principio máximo de asegurar la libertad de acción en el mercado, se entiende que los agentes económicos se movilizarán para ir construyendo distintas relaciones en la búsqueda de asegurar su bienestar y sortear constantemente el peligro. Algo muy parecido a lo que propone la moderna economía de plataformas. Aunque aquí, gracias a las cuantiosas inversiones en el desarrollo de tecnologías para procesar información en tiempo real, las compañías ponen a disposición un avance fundamental: la plataforma, que otorga información clave para desenvolverse eficientemente en el mercado.

En aquella época, sin embargo, se fue haciendo evidente que estos postulados del liberalismo, que parecían ser mecanismos develados de la naturaleza, se estaban transformando ciertamente en dogmas. Desde antes de la depresión del 29', la doctrina de libre mercado, tal como había sido concebida, no conseguía integrar los nuevos fenómenos surgidos de la industrialización y urbanización (Dardot y Laval, 2015). El ideal de una competencia de mercado perfecta, autorregulada, emergida de la naturaleza y, por ende, sin necesidad de intervención, iba quedando cada vez más lejos. La realidad de los acuerdos, la manipulación de los precios y la dominación de oligopolios ponían en cuestión la formulación teórica de un modelo que mediante sus propios mecanismos lograría sacarle el máximo provecho a la búsqueda del interés individual para ponerlo como fundamento del bien común. De modo que era innegable que la estructura política

que sostenía el libre mercado estaba viciada y que los “políticos hacían el papel, sobre todo, de marionetas en manos de los detentadores del poder del dinero” (Dardot y Laval, 2015: 32).

De esta manera, desde mediados del siglo XIX se asistió en Europa a un movimiento ascendente de reglamentos y leyes destinadas a consolidar la situación de los asalariados y evitar que siguieran cayendo en la pauperización progresiva (Dardot y Laval, 2015). Todo esto llevó inevitablemente a que se pusieran en cuestión los principios más básicos de la ideología liberal. Incluso el supuesto de que la relación salarial era la expresión de un contrato entre dos partes independientes y en igualdad de condiciones, fue evidenciada como una pura ilusión sin arraigo en la realidad. Había que contrarrestar la nueva pobreza con protección colectiva y seguridad social (Dardot y Laval, 2015). La fórmula para la producción de la libertad liberal debía compensarse frente a las enormes cantidades de peligro que fue dejando a su paso. La doctrina liberal no fue capaz de seguir el paso a las transformaciones sociales y políticas, quedándose estancada en la metafísica religiosa del *laissez-faire* y su naturalismo. Así se dio marcha a lo que Polanyi (2007) llamaría el “doble movimiento”, caracterizado porque la acción del Estado se centraría en fomentar la sociedad de mercado y, a su vez, poner en marcha todo un entramado de instituciones y prácticas para contrarrestar sus efectos.

2. Principios básicos

Habiendo hecho esta pequeña revisión, podemos comprobar que muchos de los elementos que en su momento llevaron a invalidar los principios de gobierno liberales, aparecen en la actualidad con renovada fuerza, legitimados bajo nuevas formas y articulados en un discurso que ha logrado calar en lo más profundo de nuestra sociedad. En este sentido, hay un aspecto que es fundamental y que actúa como el hilo conductor del pensamiento liberal hasta nuestros días: la libertad individual entendida como acción en el mercado, como una posibilidad de autodeterminación que conlleva la legítima asunción de riesgos por parte de los sujetos.

Es en base a ese principio fundamental que el neoliberalismo, surgido del trabajo de distintos pensadores durante la primera mitad del siglo XX en busca de una teoría económico-política que diera una nueva razón, forma y sentido al pensamiento liberal, se nos presenta como una respuesta radical al intervencionismo económico y al reformismo

social simbolizados en el keynesianismo, al debilitamiento de los valores liberales y, específicamente, al ascenso de los totalitarismos surgidos tras la Primera Guerra Mundial. Así es que logra ir arraigándose en distintas partes del mundo como el sistema de pensamiento que representa el último bastión por la defensa de la libertad individual y el renacer del capitalismo. De tal modo que, más que una hoja de ruta o una receta con una serie de pasos estrictos a seguir, debemos comprenderlo como una lógica que ha logrado permear el sentido común en nuestros días.

El punto fundamental que marca el pensamiento neoliberal, y con él la práctica política y económica de nuestros días, ya no es tanto el dogmatismo de adecuarse a la naturaleza propia de las dinámicas del mercado, sino proteger e incentivar la competencia, pues la comprenden como la expresión de la libertad de los sujetos, a la vez que la permite y asegura. Según el pensamiento neoliberal, ahí donde hay libertad habrá competencia, y a la inversa.

De esta manera, aun cuando se admite la necesidad de intervención del Estado en materia económica a partir de regulaciones que marquen un límite a la acción de los agentes y mantengan encauzados los movimientos del mercado para evitar los vicios de épocas anteriores, su principio fundador es oponerse a toda acción que obstaculice la competencia, por lo cual no ponen el foco en la *cantidad* de intervención que deba haber, sino en su *tipo* (Dardot y Laval, 2015). Bajo esta perspectiva, la intervención estatal, tal como se venía concibiendo durante el siglo XX, genera un totalitarismo autoritario que reprime las libertades individuales e impide el desarrollo económico y social, afectando directamente en la calidad de vida de las personas (Hayek, 2017). De modo que el objetivo debe ser imprimir un cambio de sentido a la idea de intervención: ya no se trataría de limitar el mercado, sino de desarrollar y purificar el mercado de la competencia mediante un marco jurídico hecho a su medida. Es a través de la protección del mercado y sus dinámicas que se debe asegurar la supremacía de la libertad. Esto significa que, a diferencia de épocas anteriores, el mercado ya no necesitaría la libertad de acción como base para poder funcionar y generar beneficio, sino que se establece como el fundamento de su producción. El mercado es el mecanismo de producción de la libertad individual. Dado que los totalitarismos habían demostrado que los males y defectos socialmente destructivos, objetados históricamente a la economía de mercado, corresponden sólo a la acción totalizante del Estado y su racionalidad propia, y que nada prueba que la economía

de mercado tenga en sí misma esos vicios, la tarea no debe ser cómo el Estado la limitará para que sea lo menos nociva posible, sino, por el contrario, establecer la libertad de mercado como principio organizador y regulador del proyecto de Estado (Dardot y Laval, 2015). El mercado, entonces, es concebido como el espacio a través del cual se debe garantizar y articular la libertad de los sujetos en las distintas dimensiones de la vida social, lo que derivará en beneficio colectivo. Lo fundamental es que, esta vez, el medio indicado para lograr tamaña tarea es el estímulo constante de la competencia.

Desde el punto de vista de los gobiernos, lo principal de este giro es que se sobrepasa la vieja dicotomía entre Estado y mercado y el constante juego de delimitaciones recíprocas, pues, bajo esta perspectiva, la competencia pura, esencia del mercado, sólo podrá existir en la medida en que es permitida y producida por un cierto tipo de gubernamentalidad (Foucault, 2009). Así, ya no será el mercado quien limite la agenda gubernamental, sino que se gobernará deliberadamente para engrasar sus mecanismos. Es el fortalecimiento de la economía de mercado y la competencia la que deberá marcar el camino que seguirá la práctica política. Se trata de un paradigma radicalmente economicista, que, sin embargo, se ha constituido en una lógica que ha permeado los más diversos espacios en nuestros días.

Si bien, como se ve, el neoliberalismo radicaliza aspectos ya presentes en el liberalismo clásico, realiza un giro en cuanto que deja a un lado los naturalismos -el mercado como realidad producida por leyes inmutables- y pone el foco en la competencia y la acción individual; entendiendo al mercado como un orden cuya actividad se presenta como un proceso constante gracias a cierto modo de conducta del sujeto, que busca superar a los demás y aprovechar nuevas oportunidades de ganancias para adelantarse a ellos. Al fin y al cabo, de eso se trata la competencia.

3. La competencia como mecanismo regulador

Para comprender mejor los cimientos de esta serie de variaciones que propone el neoliberalismo, vale la pena hacer una rápida revisión a los principales planteamientos de Herbert Spencer, quien a finales del siglo XIX intenta construir una defensa de la libertad individual radical, dejando en claro que siempre se verá amenazada mientras exista la

posibilidad de una política mínimamente intervencionista, lo que le hizo extremadamente popular en países como Inglaterra y Estados Unidos.

Lo que se ha conocido como la “sociobiología” de Spencer, nos interesa porque supone un giro en el pensamiento liberal, ya que centra sus reflexiones en la reivindicación de un utilitarismo evolucionista y biológico más que jurídico y económico. Para él, la intervención de cualquier tipo lo único que hace es entorpecer el desarrollo natural de una sociedad en la que debería predominar la cooperación voluntaria, puesto que en las instituciones y protecciones de la ley no ve más que restricciones que entorpecen la corriente evolutiva social y la vida de los ciudadanos. Dicho de otro modo, todo esto significa rechazar cualquier postura que comprenda a la sociedad como el resultado de la búsqueda constante de acuerdos en los que el beneficio colectivo se sitúe por sobre la voluntad individual.

El fundamento de su pensamiento viene a raíz de la teoría de la selección natural de Darwin, que en 1859 publicaba su obra “El origen de las especies”, mientras que Spencer, por su parte, en 1864 daba a luz sus “Principios de biología”, donde acuñó la expresión “sobrevivencia de los más aptos”, que luego retomaría Darwin presentándola como equivalente al concepto de “selección natural”, dando así nacimiento al malentendido que derivó en el “darwinismo social” (Dardot y Laval, 2015).

La trascendencia del pensamiento de Spencer, por muy radical que pueda parecer, es que logra desplazar el centro de gravedad del pensamiento liberal, pasando desde la división del trabajo hasta la competencia como mecanismo articulador y hecho natural. En el fondo, esto significa que el motor del progreso ya no sería la especialización -división del trabajo-, sino la selección -competencia-. Aquí ya podemos comenzar a observar una construcción antropológica que establece a la competitividad como una cualidad innata e inalienable de las personas, algo que ha logrado hacerse presente hasta nuestros días.

El tema es que en el modelo de la división del trabajo, el del liberalismo clásico, el libre intercambio favorecería la especialización de las actividades y la repartición de tareas, de modo que el mercado aparece como el mecanismo de coordinación de las actividades. No está sustentado en una lógica en la que el peor de los sujetos es eliminado, en una selección, sino en una complementariedad. En el segundo modelo, en cambio, al estar sustentado en la competencia, nada garantiza que el que participa pueda mantenerse en carrera, a pesar de sus esfuerzos. Los menos aptos simplemente irán siendo dejados atrás

por los más aptos. Es un modelo que tiene como lógica básica la constante lucha por la supervivencia. Aquí la competencia cambia de significado y pasa a ser concebida como una ley de la vida y mecanismo del progreso, asumiendo el papel protagónico de principio regulador de las conductas (Dardot y Laval, 2015). En efecto, bajo esta lógica, y tal como podemos ver en la mayoría de estrategias para organizar el trabajo en la actualidad, nadie puede evitar el deber de competir.

Estos mecanismos que la ideología competencialista enaltece, los podemos encontrar claramente explicados en las palabras del catedrático estadounidense de fines del siglo XX -y seguidor de Spencer y Comte-, William Graham Sumner, quien afirmó:

Concede sus recompensas a los más aptos, sin tener en cuenta otras consideraciones del tipo que sea. Así pues, si la libertad existe, lo que los hombres obtienen de ella está en directa proporción de sus trabajos, y aquello que poseen y de lo que gozan está en la exacta proporción de lo que son y de lo que hacen. Tal es el sistema de la naturaleza. Si no nos gusta y si tratamos de corregirla, sólo hay un medio de hacerlo. (...) Podemos quitar las recompensas a aquellos que lo han hecho mejor y darlas a los que lo han hecho peor. Así disminuirémos las desigualdades (Sumner, citado en Dardot y Laval, 2015: 49).

Como queda claro en la cita, la competencia es entendida no sólo como el resultado de una cualidad innata de los sujetos, sino también como el principio de regulación social más justo. El objetivo, entonces, debe apuntar a la construcción de una sociedad compuesta por agentes económicos en competencia constante, donde el foco de acción gubernamental esté dirigido al individuo, en tanto productor-consumidor, y su libertad de acción y elección. Sólo él debe ser el centro de referencia del orden político y económico. Este es el mecanismo que permitiría lograr el anhelado crecimiento y beneficio colectivo, puesto que se entiende que no serían más que una consecuencia de la competencia de los sujetos en el mercado. En teoría, a medida que los sujetos actúan en el mercado en búsqueda de su propio beneficio, éste crecería constantemente, permitiendo que todos obtengan recompensas proporcionales a sus esfuerzos.

Sin embargo, una de las implicaciones evidentes de esta forma de entender las cosas es que también deben crecer correlativamente los niveles de riesgo al que se expone a la

población, lo que trae consigo una exigencia cada vez mayor por aumentar el rendimiento personal. Es una situación que cada cual deberá aprender a sobrellevar de la mejor manera y que actúa como el estímulo clave para desenvolverse en el mercado. Es más, podríamos decir que el neoliberalismo es, de cierta manera, el entramado económico político que busca producir constantemente el escenario ideal para que cada individuo eleve cada vez más su rendimiento.

Junto con ello, y dado que una de las condiciones básicas de la competencia es que no todos pueden ganar lo mismo al mismo tiempo, en la práctica todo esto se nos presenta a través de un discurso que maquilla sus engranajes bajo la forma de un proceso natural, trasladando el peso hacia las propias personas, incentivándolas a no rendirse, a buscar nuevas oportunidades y a forjar en sí mismas la mentalidad y las cualidades necesarias para adaptarse a los vaivenes y exigencias del mercado.

4. El sujeto empresa

Dicho esto, vemos que la fuerza de la lógica neoliberal radica en que logra hacerse presente y tener un impacto directo sobre el contexto inmediato donde se desenvuelven los sujetos, constituyéndose en un proceso disciplinante que puja hacia la construcción de determinadas subjetividades. Entonces, como casi todo en esta vida, no hablamos de una operación lineal en la que los sujetos incorporarían pasivamente su contenido sin oponer resistencia alguna, resultando en una determinación directa de las conductas, al modo de aquellas antiguas teorías comunicativas de la aguja hipodérmica. Al contrario, se trata de la construcción de espacios o escenarios marcados por su lógica, que los sujetos, desde su poder de agencia, enfrentan de una infinidad de formas distintas, aunque empujados a desarrollar actitudes y comportamientos específicos.

Al traspasar los riesgos y supeditar la subsistencia al poder de agencia que cada cual pueda desplegar en la realidad siempre cambiante del mercado, la consecuencia inevitable es que se debe aprender -a fuerza de derrotas e incertidumbre- a desarrollar una capacidad de adaptación constante para poder mantenerse en carrera. Pues, cuando la competencia es la norma del vínculo social, exige una determinada manera de comportarse, siempre acorde a las exigencias valóricas y productivas que ella misma promueve (Dardot y Laval, 2015). Aquí es donde cualidades subjetivas, tales como la flexibilidad, resiliencia,

innovación, ambición, fuerza de voluntad y disciplina personal, aparecen como requisitos. Lo importante de esto para nosotros es que la competencia no sólo actúa como el motor de la economía, sino que también es la que impulsa la aparición de los patrones morales y comportamentales que sustentan el bien común. Estamos hablando, entonces, de que sobrepasa las fronteras del mercado y penetra directamente en los fundamentos y motivaciones de los comportamientos.

Así es cómo la lógica del mercado va trascendiendo los distintos aspectos que componen la vida en sociedad. Por ello es que hoy en día somos testigos de una insistencia constante sobre el aspecto moral de la responsabilidad individual y la ética de la competición como un valor primordial (Dardot y Laval, 2015). Esto lo podemos encontrar en todo orden de cosas: desde la política y la educación hasta el deporte y el arte. La consecuencia primordial e inevitable ante tal panorama es que el modelo comportamental y valórico ideal no puede ser otro que la empresa. Es la forma social de la empresa la que asciende hasta transformarse en una figura a seguir. Allí radica la verdadera forma del sujeto en el neoliberalismo. Sólo a través del modelo empresa se puede llevar a cabo la expansión de la lógica competencialista y permear los distintos rincones de la vida, lo cual sería fundamental para asegurar la libertad individual y el bien común.

“El mercado se concibe, en consecuencia, como un proceso de autoformación del sujeto económico, como un proceso subjetivo auto-educador y auto-disciplinario mediante el cual el sujeto aprende a conducirse. El proceso de mercado construye su propio sujeto” (Dardot y Laval, 2015: 14).

De esta manera, el sujeto que se encuentra en el núcleo de este tipo de sociedad no es otro que el emprendedor, al que se le considera dotado de un espíritu empresarial, como si de una cualidad natural se tratara. Lo que hace el humano es emprender, y emprendiendo aprenderá: escogerá metas en distintas áreas y *luchará* por alcanzarlas; con el tiempo, y gracias a sus fracasos, definirá cada vez mejor los objetivos según sus posibilidades y utilizará más eficientemente los recursos a disposición, elevando su rendimiento y desempeño en la competencia. Y para que todo esto suceda, se deberá dejar que la lógica del mercado se extienda a los diferentes dominios de la vida y la subjetividad.

Lo importante acá no se trata solamente de la función específica del emprendedor en el mercado y su valor para el mantenimiento de la sociedad actual, sino de su ascenso generalizado como modelo a seguir; aquella burbuja del emprendimiento a la que se refería Martínez (2018). Lo que sustenta el surgimiento y consolidación del sujeto-empresa es el hecho específico de comprender la facultad de emprendimiento como una *cualidad* natural, latente en cada sujeto, que además sería una actitud extrapolable para afrontar distintos aspectos de la vida. Esto lo podemos ver expresado desde cómo se enfrenta el ocio y tiempo libre hasta las disposiciones para criar un hijo. Ser el emprendedor de la propia vida. El emprendedor, o más bien la capacidad de emprendimiento, aparece como el punto central, como la cualidad por excelencia. Quien realiza su capacidad de emprendimiento daría con la clave personal para tomar el control y dirigir el rumbo de su vida. El emprendedor es el personaje activo, agresivo, creativo, flexible, resiliente, juicioso y calculador. Todas características propias de una empresa que ahora deben ser forjadas por los sujetos para ponerlas en práctica en distintos escenarios. Dado que la sociedad debe caracterizarse por su cambio constante, el emprendedor es su correlato ideal, el modelo de comportamiento del sujeto perfecto: es él quien busca el cambio, el que sabe adaptarse y actuar para explotarlo como oportunidad (Dardot y Laval, 2015).

En definitiva, el neoliberalismo apunta como fin último al autogobierno del propio individuo, a la producción de un cierto tipo de relación consigo mismo. Una relación marcada por la lógica de la productividad, por aumentar constantemente su rendimiento y el valor de su capital humano a través de los distintos espacios de acción.

5. El ordoliberalismo alemán y el anarcoliberalismo austroamericano

Dentro del análisis histórico que Foucault (2009) realiza en los cursos que dan forma al Nacimiento de la biopolítica, sobre las condiciones de existencia del neoliberalismo y su arraigo como razón del menor gobierno posible, hace hincapié en un hecho fundamental: la diferencia entre el anarcoliberalismo austroamericano y el ordoliberalismo alemán.

El punto de discrepancia donde se originan las dos vías es, como se puede imaginar, la concepción sobre la naturaleza del mercado, la competencia y, consecuentemente, el rol que debe cumplir el Estado. A pesar de que, en el fondo, ambas constituyen las dos caras ideales de una misma moneda y que en la práctica se van entrelazando, vale recalcar sus

principales diferencias, ya que más adelante nos permitirán comprender las tensiones que la arremetida de las plataformas han generado en las regulaciones laborales de los países europeos, particularmente en España.

Para comprender la perspectiva desde la que se plantea el ordoliberalismo alemán, hay que situarse en el contexto de la posguerra. Es en plena política keynesiana para la reconstrucción económica y social que el ordoliberalismo se hace la siguiente pregunta: “Dado un Estado inexistente, ¿cómo hacerlo existir a partir del espacio no estatal que es el de una libertad económica?” (Foucault, 2009: 95). A partir de la libertad económica como principio regulador fundamental de la sociedad, se proponen la reconstrucción de un Estado soberano. Sin embargo, si para los liberales del siglo XVIII y XIX el punto ancla para el mantenimiento de la economía de mercado era el respeto absoluto por el *laissez-faire*, los ordoliberales rompen con esa tradición, demostrando que no es más que un dogma y una metafísica naturalista, pues el punto organizador del mercado -y, por tanto, de la sociedad-, debe ser la competencia, la cual no es en absoluto un dato de la naturaleza¹⁶. A diferencia de lo que veíamos anteriormente, lo importante aquí no radica en si la competitividad es una cualidad inherente y determinante en el comportamiento de los sujetos, sino en que un escenario social de competencia pura debe ser objeto de una política indefinidamente activa. De hecho, el propio término “ordo” se debe a la insistencia de los teóricos alemanes en la necesidad de la constante construcción del orden que permita el funcionamiento de una sociedad y una economía de mercado (Foucault, 2009).

El ordoliberalismo comprende como un error de *gobierno* el fracaso del liberalismo, y plantea que la naturaleza de ese error fue confundir reglas de funcionamiento de un sistema social con leyes naturales intangibles, estableciendo una supremacía de los principios económicos por sobre la conducción política. En consecuencia, se propone distinguir entre el *tipo* de intervención que mata la competencia -y lleva al colectivismo- y aquella que la refuerza. El objetivo es llegar a estimular comportamientos y dinámicas que, aunque pudiesen ser naturales, no surgen por sí solas. La acción del gobierno,

¹⁶ Aquí hay un punto de discrepancia importante entre el ordoliberalismo alemán y el anarcoliberalismo austroamericano. Los primeros entienden que la competencia perfecta y sus beneficios sólo pueden existir en la medida en que es cuidadosamente producida; mientras que los segundos, en la línea de las ideas de Spencer, la consideran como un dato surgido de la naturaleza que funciona por sí sola. Ambas, sin embargo, tienen a la competencia como principio supremo y regulador.

entonces, debe fundarse sobre el principio básico de que el mecanismo de regulación económico y político sólo puede ser el mercado, de modo que deberá remitirse a actuar sobre las condiciones que lo envuelven, lo que los ordoliberales llaman el “marco”, nunca interviniendo directamente en sus procesos.

De esta manera, el proyecto de la economía social de mercado ordoliberal pretende la construcción de una democracia de consumidores fundamentada en la competencia y articulada a través de la forma empresa. Una sociedad construida para el funcionamiento del mercado donde, a diferencia del dogma del *laissez-faire*, gracias a la acción gubernamental constante sus efectos devastadores no se sobrepasen y puedan ir siendo constantemente ajustados y compensados.

El anarcoliberalismo austroamericano, por su parte, se niega a definir la función de las instituciones en términos de intervencionismo. Poniendo el énfasis en los beneficios de la competencia y la rivalidad entre los sujetos, comprende la economía de mercado como un proceso autorregulado por la competencia que tiende hacia el equilibrio y genera beneficio colectivo, siempre y cuando no sea perturbado. Así, retoma las apologías dogmáticas del *laissez-faire* como fuente de estabilidad y prosperidad para todos, exigiendo la limitación de la intervención del Estado en la economía, puesto que sólo produce deformaciones y no permite su funcionamiento eficaz. La cuestión central pasa por saber cómo legitimar cierto tipo de intervención gubernamental, sin por ello admitir que el orden del mercado –fundamento de la cohesión social- es un orden artificial.

Uno de sus principales teóricos, F. Hayek (2017), explica que la sociedad misma debe ser comprendida como un orden espontáneo, ya que las únicas relaciones que mantienen unida a esta gran sociedad son económicas, ahí está el fundamento del vínculo social. Es el orden de mercado el que hace posible la conciliación de proyectos divergentes entre individuos, aunque puedan perseguir fines no económicos. Por lo que es la extensión del orden de mercado lo que ha permitido la ampliación de la sociedad, hasta lo que Hayek llama la “Gran sociedad” o “Sociedad Abierta” (Dardot y Laval, 2015).

De esta manera, uno de los pilares fundamentales de este proyecto gubernamental radica en establecer el funcionamiento del mercado como la estructura principal, a la cual se deben amoldar el resto de las instituciones, buscando permitir que sus mecanismos actúen libremente. Aquí marca una diferencia crucial con el ordoliberalismo, que no va tanto en el fondo como en la forma, puesto que aquellos centran su atención en la cuidadosa

formación de un marco que permita la producción del sujeto neoliberal, mientras que el anarcoliberalismo toma la vía del subjetivismo, del autogobierno del sujeto.

Bajo esta perspectiva, como queda claro, la intervención del gobierno significa siempre una acción violenta o una amenaza de ella. Se trata de una idea de libertad individual totalmente radical, y el modelo de sociedad que la permitiría es el gobernado desde el mercado y la competencia. Lo único que podría perturbar la perfecta democracia del consumidor es la intromisión de principios éticos ajenos al proceso del mercado, diferentes del que constituye el solo interés, transformándose en una traba al progreso y la democracia.

A modo de ejemplo sobre la proliferación e influencia que han tenido las ideas anarcoliberales, Shoshana Zuboff (2020) cuenta que en un estudio realizado por Jodi Short, profesora de Derecho de la Universidad de California, donde se dedicó a analizar mil cuatrocientos artículos de revistas académicas publicados entre 1980 y 2005 que abordaban el tema de la regulación, se constató que gracias a la influencia de las teorías de Hayek y Friedman, la temática dominante en esa literatura especializada fue “el carácter coercitivo del Gobierno administrativo” y la fusión constante entre los conceptos “regulación”, “tiranía” y “autoritarismo”.

6. El coaching

Por último, y tal como dijimos, todos estos procesos que venimos explicando se presentan en el día a día convenientemente acompañados de la mano de un discurso legitimador, que invita a los sujetos a forjar cierta relación consigo mismo para adaptarse a los mecanismos del mercado. Ese discurso se ha puesto magistralmente en escena mediante la práctica del *coaching*: un relato suave y despolitizado que presenta aquellas profundas transformaciones bajo la forma de una construcción metafísica y vivificante. Además, podríamos decir que es la matriz desde la cual la economía de plataformas ha generado su propio sistema de conceptos para designar lo que sería una nueva realidad del trabajo. Se trata de una práctica discursiva propia del *new management* y específica del proyecto neoliberal (Dardot y Laval, 2015), en la que sus estrategias para crear las condiciones adecuadas que permitan obtener el máximo rendimiento de cada sujeto, son presentadas a través de una suerte de filosofía de vida que propone un entramado causa y efecto, donde mantener una actitud y comportamiento acorde a la forma empresa -con todo lo que ello

implica-, sería estar en sintonía con las energías del universo que rigen el destino humano. Bajo la forma de un sistema de creencias que amalgama todo tipo de lugares comunes, desde filosofía oriental hasta refranes populares, y que ha producido más libros y charlas de las que se pueda imaginar, donde los portavoces -casi predicadores- dan “*tips*” que enseñan a las masas a tomar las riendas de su vida para alcanzar el éxito personal y profesional, lo que consigue es que el camino disciplinante para incorporar las actitudes del emprendedor de la propia vida, sea presentado como un proceso de despertar interno que cada cual deberá efectuar para alcanzar la realización personal. De esta manera, lo que hace es homologar la vida a la competencia en el mercado y supeditar la subjetividad a sus requerimientos, creando un relato plagado de moralejas y consejos que serían la receta para el éxito personal/profesional.

Para explicar esto a la perfección, podemos poner a modo de ejemplo un trozo sacado de una presentación de Sergio Fernández, un *coach* español con cierta reputación, miembro del Instituto Pensamiento Positivo¹⁷, que, en una de sus conferencias, titulada: “*5 claves para emprender con éxito y vivir de tu pasión*”, dice lo siguiente:

Si yo asumo que ser emprendedor es solucionarle la vida a otras personas, si yo asumo que ser emprendedor es resolver el problema de otros seres humanos, yo os hago una pregunta: ¿hay problemas ahí fuera, en la calle? ¿Sí o no? ¿Sí o no? Hay mogollón de problemas. Sal a la calle y pídetelo uno. Pídetelo un problema, de verdad. Yo, el año pasado no, el anterior, cuando sacamos el máster de emprendedores, dije: “Me pido el problema de que las personas en España no saben emprender. Ese problema me lo pido, lo voy a solucionar”. Y, entonces, la vida qué hace, dice: “Ah, mira, el de las gafas que parece majo y se ha pedido un problema, como contribuye al proyecto colectivo del planeta tierra, vamos a hacer que le vayan bien las cosas”. Y ¿qué es el dinero? Es una manifestación de abundancia (Fernández, 2015)¹⁸.

¹⁷ <<https://www.pensamientopositivo.org/>>

¹⁸ Dejo el vídeo en los Anexos digitales, con el título “3. Cinco claves para emprender con éxito y vivir de tu pasión”. La cita a la que me refiero va desde el minuto 5:50 hasta el 6:37. De todos modos, es realmente interesante lo que dice Sergio en lo que sigue del vídeo, ya que postula que el capitalismo se acabó y lo que viene es el “*Talentismo*”, donde según cómo explotes tus talentos tendrás éxito como emprendedor. Algo absolutamente apegado a la idea de capital humano y muy parecido a lo que plantea la economía de plataformas. Lo que hace, entonces, es desligar la figura del emprendedor del capitalismo y la hace trascender a otro sistema económico, como si el emprendedor fuese el revolucionario que acabó con el yugo

Como queda claro, Sergio sí habría entendido cómo se debe vivir. Se trata de creer que existe un mecanismo natural que rige la vida según principios valóricos universales, de modo que, si se siguen fielmente, se moverán los hilos necesarios para ser premiado con abundancia económica y realización personal. Aquello que Sergio percibe como una pauta de comportamiento que permite una conexión y alineación energética con la esencia de la vida, se lograría aprendiendo a desarrollar en sí mismo las cualidades de la empresa, lo que daría acceso a los códigos del destino. Lo que nunca menciona, sin embargo, es que no son otra cosa que el mercado y la competencia.

De esta manera, es una historia que hace de la excepción la norma e individualiza fenómenos colectivos, invitando a entender el riesgo como un valor. Sostiene su relato sobre el espacio no mencionado, totalmente despolitizado y acrítico de la meritocracia, que supone tácitamente que los mecanismos del mercado premiarán a quienes cumplan concienzudamente con las pruebas de vida necesarias para lograr el éxito personal y profesional. Es el propio trayecto vital el que aparece como un relato místico, repleto de explicaciones metafísicas que, dotándolo de épica o fatalidad (según sea el caso), invisibilizan que se trata del juego del mercado y la competencia. El foco, entonces, debe estar en apropiarse del futuro, confiar en sí mismo, innovar, ser flexible y temerario. Valores y cualidades que cada uno debe encontrar o, en el peor de los casos, forjar en sí mismo. Sólo así se logrará el éxito.

Historia de las plataformas digitales de trabajo

Silicon Valley: cuna de la cultura del riesgo

Ahora que tenemos las claves precisas para poder comprender la lógica que subyace a la economía de plataformas y su manera de operar, la tarea que tenemos por delante es ir revisando cómo se han desarrollado en la práctica los principales procesos que le han dado la forma que tiene en la actualidad. El objetivo es construir un relato que permita seguir el rastro a los conceptos, principios y valores que fueron guiando el diseño de diferentes tecnologías, hasta terminar en las plataformas y la organización del trabajo por medio de algoritmos.

Aunque sabemos que la historia de las plataformas es la de los intentos por flexibilizar las relaciones laborales para dar mayor autonomía a los trabajadores, así como de rediseñar la estructura de la empresa para hacerla más competitiva y que pueda aprovechar al máximo las potencialidades de cada individuo, para comprender su surgimiento y el espíritu que la caracteriza, debemos comenzar el recorrido haciendo una revisión por su matriz: Silicon Valley. Es aquí donde el desarrollo tecnológico se ha ido trenzando con una fuerte iniciativa empresarial, dando paso a un sector marcado por la innovación, la rebeldía ante el orden establecido, el emprendimiento, la confianza en un futuro regulado por la tecnología y el desdén ante los burocráticos modos de organizar la sociedad. Todo lo cual ha ido modelando la cultura del riesgo que caracteriza a las empresas de la economía de plataformas en la actualidad.

Se trata de un movimiento que comenzó con la incursión en el desarrollo de modos de comunicación que permitieran empoderar a los sujetos y reivindicar su individualidad, encontrando en la informática personal y su vuelco hacia el mercado el medio privilegiado para llevar a cabo sus pretensiones. Una larga travesía que tiene sus orígenes en las primeras manifestaciones contraculturales del movimiento *hippie* californiano y que culmina en una corriente empresarial que pretende empoderar a los sujetos para ponerlos en el centro de la escena económica, llevando la posibilidad de emprender hasta la palma de la mano.

Para lograr captar todo esto, entonces, el recorrido que sigue de aquí en adelante va rastreando dos líneas de desarrollo paralelas. Por un lado, revisaremos cómo los principios reivindicativos de emancipación y libertad individual, que marcaron el desarrollo de la informática, poco a poco fueron siendo modelados hasta ser encauzados en el mercado como principal campo de acción; y, por el otro, que esas mismas herramientas de empoderamiento e interconexión generadas (ordenadores, internet, teléfonos inteligentes, plataformas, aplicaciones, etc.) se transformaron en los dispositivos materiales privilegiados sobre los que se sustenta la multiplicación de la forma empresa como modelo de comportamiento, permitiendo la expansión de la lógica mercantil y la creación de condiciones constantes para alcanzar el máximo rendimiento en las distintas dimensiones de la vida; todo lo cual tiene su clímax en el nacimiento y consolidación del capitalismo de datos y la economía de plataformas.

1. El *flower power* informático¹⁹

La ciudad de San Francisco, famosa en nuestros días por ser la capital de la revolución tecnológico-empresarial actual, comenzó a forjar su reputación a partir de la fiebre del oro que irrumpió en el año 1848, atrayendo a miles de personas de las distintas partes de los Estados Unidos en busca del precioso metal en la región. Ya en ese entonces, mucho antes de la construcción de su emblemático puente, había recibido el apodo de “*Golden gate*” -Puerta de oro-, como una revelación de las ambiciones que despertaba entre quienes cruzaban el río hacia sus tierras (Sadin, 2018).

Siempre como un lugar de utopías, durante la década de 1960 San Francisco se ganó el protagonismo mundial al transformarse en la cuna del reconocido movimiento contracultural *hippie* y en un centro de pensamiento crítico político y social, que intentaba cambiar el rumbo que estaba tomando la sociedad en la posguerra. La Universidad de Stanford y el campus de Berkeley de la Universidad de California fueron albergando y dando forma a la aspiración de los jóvenes que pretendían liberarse de las normas de una sociedad cada vez más rígida e instaurar nuevos estilos de vida. Se trataba de un espíritu libertario que atrajo a miles de personas de las distintas partes del país en la búsqueda de romper con la lógica de producción masiva de estilos de vida, la cual imponía proyectos centrados en los tradicionales valores del trabajo, la familia y el consumo. Así, el

¹⁹ Para realizar este apartado, nos basaremos casi exclusivamente en el muy buen libro de Éric Sadin “La silicolonización del mundo” (2018).

movimiento que se conoció como el *flower power* y sus distintas manifestaciones, no fue más que la expresión colectiva del rechazo a una sociedad que reprimía las libertades individuales, con el que se pretendía botar las barreras del “*American way of life*”. San Francisco fue el lugar donde se radicaban los activistas del momento, reuniendo a una corriente crítica formada por pensadores, artistas, políticos y músicos. Era la ciudad de la generación Beat, donde vivía Jack Kerouac; donde las personalidades, formas de expresión, gustos y particularidades de cada cual podían aflorar sin cohibirse. Era, a fin de cuentas, el destino al final de *En el camino* (Sadin, 2018).

Todas estas aspiraciones dieron forma a un movimiento hedonista y contestatario, que se caracterizaba por prácticas como el consumo de distintas drogas que abrieran paso a nuevas experiencias sensoriales y estados de conciencia alternativos, combinándolas con la meditación, el amor libre o la ecología. Todo lo cual, sumado al movimiento de oposición contra la guerra de Vietnam, que invocó una fuerte movilización colectiva a partir del año 1961, significó la consolidación de una corriente contracultural con un marcado carácter comunitario y psicodélico, que quedaron plasmados en una estética particular y en diversos símbolos de la época. Quizás la imagen que mejor lo resume es la del inigualable Jimi Hendrix imitando el acto sexual con su guitarra antes de prenderle fuego a modo de ritual en medio de un concierto²⁰.

En resumidas cuentas, durante esta época San Francisco se transformó en la primera plataforma cultural y de acción por los derechos cívicos. Sin embargo, tal como nos cuenta la historia, los sueños de una vida al margen de los valores establecidos fue dándose de bruces contra las rígidas estructuras sociales de la guerra fría, y así la cultura pop, poco a poco, fue siendo subsumida por el temido sistema y quedando en las sombras (Sadin, 2018).

A pesar de ello, las ideas de autonomía, colaboración, ecologismo, libertad y empoderamiento individual supieron mantenerse vigentes y expresarse a través de todo tipo de medios, algunos incluso abiertamente insólitos e inimaginables, pues a primera vista parecería que no guardan relación alguna con el legado de sus histriónicos defensores. Uno de ellos, claro está, fue la informática.

²⁰ Dejo el vídeo en los Anexos digitales con el nombre “4. Vídeo Jimi Hendrix”. Vale la pena verlo.

En la misma vida de los campus universitarios, donde proliferaban y se consolidaron estas ideas contraculturales, simultáneamente comenzaban a surgir los primeros *hackers*: alumnos que experimentaban con la informática a través de rudimentarios ordenadores, intentando ampliar cada vez más sus límites para poder ir plasmando en sus codificaciones los ideales del momento; además, también entendían su actividad como un acto de reivindicación política, pues iban logrando crear un espacio donde se podía poner en práctica lógicas alternativas y con resultados tangibles.

Como se puede imaginar, a diferencia del resto de sus compañeros, los primeros *hackers* no tenían un estilo marcadamente contracultural, como era el caso de los activistas sociales del momento, pero aun así compartían y pretendían potenciar los mismos valores de libertad individual, acceso a la información y generación de redes de cooperación (Castells, 2001). Este grupo vio en la conexión informática en red la herramienta de autonomía y empoderamiento que transmitiría el poder de información a la gente para liberarse de la opresión de gobiernos y grandes empresas; de las rígidas estructuras del capitalismo de las grandes unidades. Se trataba de un medio tangible, aunque distinto, de intentar hacer la anhelada revolución social que transformara el estado de las cosas. Aquí, sin embargo, quedaba al margen toda la dimensión colectiva que caracterizó tradicionalmente al movimiento, para pasar a la acción casi en soledad, frente a un ordenador y en un espacio virtual. Es decir, con una estética total y absolutamente opuesta, al borde de la parodia. Y, aun así, sucedía con la firme convicción de seguir defendiendo los mismos principios, pero a través de medios menos convencionales, aunque más pragmáticos, gracias a la informática personal.

En todo este proceso, las universidades fueron actores absolutamente claves, pues centraron esfuerzos y destinaron recursos en guiar a sus estudiantes por el camino que las ideas económicas y políticas del momento estaban señalando, lo que debía permitirles liderar la construcción de una nueva sociedad basada en la libertad individual como principio supremo.

Al finalizar la guerra, Stanford implementó en el seno de su campus un entramado multidisciplinario, cuyo objetivo era transformar la institución en un centro de formación de ingenieros de élite que pudieran nutrir e impulsar el sector, llevando a cabo la construcción de un entorno de investigación y desarrollo tecnológico que acercara a las

empresas del momento y pudiera incentivar a los alumnos a innovar, emprender y crear sus propias firmas. Frederick Terman, conocido como el padre de Silicon Valley, alentaba a sus estudiantes a cambiar el futuro creando sus propias empresas, dejando a un lado la monótona y tradicional idea de unirse a las ya existentes. El ejemplo ilustre de esta iniciativa lo dieron William H. Hewlett y David Packard, fundadores de la hoy gigante empresa de tecnología Hewlett Packard, actual HP Inc., que en 1938 crearon su propio audio-oscilador en un garaje de Palo Alto y montaron su propia firma, hecho con el que dieron el puntapié inicial al romántico mito fundacional de las modernas *start-ups*, que comienzan siempre en un garaje o algo similar. En aquel sitio, hoy en día hay una placa que dice: “Este garaje es el lugar de nacimiento de la primera región de alta tecnología en el mundo, Silicon Valley” (Sadin, 2018: 62).

Del mismo modo, el presidente de la Universidad de California, Clark Kerr -conocido entre otras cosas por ser uno de los firmantes del “Juramento de lealtad anticomunista”, promovido por los regentes de la propia Universidad ante el *Red scare* (Terror rojo)-, estaba convencido de que su institución ya no lograba responder a las necesidades de los alumnos de los nuevos tiempos, por lo que tenía en mente la formación de una *Knowledge industry* (Industria del conocimiento), que se consumaría a principios de la década de los 70. El objetivo era hacer de su institución un centro de formación en competencias dirigidas a las empresas de alta tecnología, que ya comenzaban a aflorar en la región.

De esta manera, a cada nuevo avance se iba reforzando la idea que presentaba a la informática como un campo de acción revolucionario, capaz de llevar adelante los sueños de libertad y empoderamiento y transformar la vida de las personas, a la vez que se iba imbricando y reforzando constantemente con un fuerte espíritu de iniciativa empresarial, que más tarde marcó a la región como la cuna de la “cultura del riesgo”.

Además, todo este recorrido entre la conjunción del mundo informático con la filosofía del emprendimiento y los valores contraculturales fue tomando cada vez más fuerzas gracias a la posibilidad histórica de plasmarse en el trabajo que profesores, estudiantes, informáticos, científicos y *hackers* hacían sobre la creación de una herramienta que simplemente transformaría el mundo: internet.

2. La cibercultura

El código abierto que caracteriza y ha posibilitado la difusión mundial de internet no es fruto de la casualidad. Visto con el tiempo, se nos aparece como el producto lógico de las racionalidades y del contexto en que se fue conformando. La articulación de las primeras comunidades se dio bajo el objetivo constante de dotarlo con una infraestructura colaborativa que permitiera la cohesión de los distintos trabajos, lo que fue marcando su configuración a partir del apoyo mutuo entre redes; las cuales, apoyadas por las universidades, hicieron una contribución tecnológica fundamental y lo marcaron con la impronta ideológica de la libertad y el emprendimiento. La idea de la apertura no sólo era un código de conducta que daba buenos resultados, sino que fundamentalmente se trataba de poder poner en práctica las lógicas y los valores reivindicativos que internet debía potenciar. El objetivo radicó en la posibilidad de utilizarlo como un espacio de interacción que facilitara el empoderamiento y la interconexión.

“La rápida difusión de los protocolos de comunicación entre ordenadores no habría tenido lugar sin la distribución abierta y gratis de software y el uso compartido de recursos, que se convirtieron en los códigos de conducta de los primeros hackers” (Castells, 2021: 38).

Fue durante todo este proceso, donde hubo una proliferación de actores y visiones que fueron conformando el nuevo escenario, que nació lo que se llamó la “cibercultura”. Más que una institución organizada, se trató de la explosión de una serie prácticas en torno a una ideología común que reivindica los medios de comunicación e información horizontales a través de ordenadores, y que en aquellos años abrió el espacio para el surgimiento de todo un movimiento a través de la creación y publicación de revistas especializadas alternativas, radios comunitarias, clubs de computadoras o colectivos de vídeo. Todo un movimiento social, cada vez con más influencia, que veía en la interconexión a través de ordenadores el medio para, de una vez por todas, liberar a los sujetos de la sumisión frente a las rígidas estructuras sociales.

Así, por ejemplo, Steward Brand, reconocido activista *hippie* y creador de diversas publicaciones especializadas y comunidades virtuales, afirmaba:

(los ordenadores son un) LSD de un nuevo tipo (...) Lo quieran o no, las computadoras llegan hasta donde vive la gente, es una buena noticia, la mejor

quizás desde las drogas psicodélicas (...). Han sido fabricadas por y para revolucionarios que quieren desinstitucionalizar la sociedad y darle poder a los individuos (Brand, citado en Sadin, 2018: 64).

Siguiendo esta línea, en 1974 se creó la *Homebrew Computer Club*, organización que pretendía explotar las posibilidades de las nuevas formas de expresión y comunicación digitales para promover el alcance político de la informática. Esta iniciativa reunió a diversas personalidades de San Francisco, entre ellas Steve Jobs y Stephen Wozniak. Su objetivo era implementar una infraestructura de comunicación que permitiera a los ciudadanos intercambiar información de modo descentralizado, lo cual tuvo su primer auge mundial una década después, en el simbólico año 1984, cuando el primero ordenador producido como objeto de consumo masivo, listo para funcionar una vez salido de la caja, entró al mercado. La Macintosh, el gran invento de Apple, supuso la entrada de la informática personal y sus posibilidades a los hogares de miles de personas, que de un momento a otro experimentaban uno de los mayores avances tecnológicos de la historia, que parecía sacado de una película de ficción. Su promoción fue intentando hacer una metáfora entre el orden social de la época y la trama de la novela “1984”, de Georg Orwell, que brillantemente narra el ascenso de un orden jerárquico y totalitario en el que las particularidades de cada sujeto son cuidadosamente borradas. En la publicidad de Apple es precisamente la Macintosh, representada por una mujer, la que viene a derribar las barreras para liberar a las personas de las estructuras sociales opresivas. De hecho, el comercial termina diciendo: “y verás por qué 1984 no será como 1984” (Apple, 1984)²¹.

Otro hecho destacado, esta vez en 1993, fue el lanzamiento del primer número de la famosa e influyente revista *Wired*, editada en San Francisco. Desde su fundación, se ha dedicado a destacar el potencial democratizador de las tecnologías digitales que, sumadas al espíritu emprendedor de los jóvenes de la nueva época, provocarían un aumento del poder de acción de los individuos a través del uso de las computadoras y el reciente advenimiento de internet.

En síntesis, todo este movimiento y su ideología particular quedó perfectamente expuesto el 8 de febrero de 1996, en el Foro Económico de Davos. Debemos revisar con detención

²¹ Dejo el vídeo en Anexos digitales con el título: “5. Publicidad Macintosh 1984”.

las palabras de John Barlow, activista creador de la *Electronic Frontier Foundation*, una asociación en defensa de las libertades civiles en internet, que aprovechó la instancia para declarar la “independencia del ciberespacio”:

Gobiernos del mundo industrial, ustedes, gigantes fatigados de carne y de acero, vengo del ciberespacio, la nueva morada del espíritu. En nombre del futuro, les solicito a ustedes, desde el pasado, que nos dejen en paz. No son bienvenidos entre nosotros. No tienen soberanía ahí donde nos congregamos. Sus conceptos jurídicos de propiedad y de expresión no se nos aplican. Han surgido de la materia y no hay materia ahí donde nosotros estamos. Es la ética, la búsqueda iluminada del interés personal y del bien común lo que hará surgir nuestro gobierno (Barlow 1996, citado en Sadin, 2018: 72).

Así es como se iba plasmando la ideología californiana de la época, que celebraba la libertad, la comunicación electrónica, el emprendimiento y desconfiaba de las instituciones, juzgando toda regulación del mundo virtual como eminentemente coercitiva. Todos estos ejemplos dejan totalmente claro cuál es la idea que hay de fondo: la aparición de un nuevo tipo de escenario económico y su orden político, surgidos de un espacio de acción virtual basado en la autonomía, que permitirá liberar a los sujetos de las ataduras sociales que, precisamente, los mantienen sujetos. No reconocen legislaciones, regulaciones ni los derechos que establecen los “gigantes fatigados de carne y de acero”, pues se trata de un fenómeno surgido en un contexto descentralizado, que no entienden, no saben manejar y donde no tienen poder. Esto será fundamental.

3. El emprendedor de internet y la ética *hacker*

Todo este caldo de cultivo comenzó a cobrar dimensiones insospechadas durante la década de 1990, cuando gracias a la acción infatigable de las empresas de telecomunicaciones, la mayor parte de los ordenadores de Estados Unidos ya contaban con la tecnología necesaria para funcionar en red, lo que llevó al surgimiento de una serie de proveedores de servicios que fueron abriendo el camino y posibilitando el sistema de interconexión global que conocemos hoy en día. Es así que para mediados de los 90, ya privatizado y en plena expansión, debido a su arquitectura abierta permitía la conexión de todas las redes informáticas desde cualquier punto del planeta, dando paso a una

verdadera explosión de actores, páginas, servidores, navegadores, emprendimientos, iniciativas de acción ciudadana, delitos, relaciones sentimentales y un largo etcétera que sobrepasa largamente las posibilidades de la realidad offline y que ha transformado el mundo en el que vivimos.

El desarrollo de la informática y su difusión mundial de la mano de internet abrió todo un campo desregulado y por descubrir, que permitió la aparición de un sinnúmero de empresas que intentaron aprovechar los potenciales de los nuevos espacios virtuales. Es en este contexto que surge y toma fuerza la figura del emprendedor de internet, que simboliza a la perfección el sello transgresor del sector. Aunque al principio nadie era totalmente consciente de las infinitas posibilidades que ofrecía internet, los nacientes emprendedores de algún modo intuyeron que estaban construyendo el área que acumularía las riquezas más grandes de la historia, lo cual desató la ambición, la especulación voraz y la competencia sin límites, modelando el escenario virtual privado por el que navegamos cotidianamente y las cuestionables prácticas que lo componen.

Merece detenernos un poco para revisar las principales características de este nuevo tipo de actor, porque sus principios marcarán los objetivos que perseguirán sus empresas, las cuales, pocos años más tarde, encontrarán en la recolección y análisis de datos un método revolucionario, que significará la fórmula para crecer a niveles nunca vistos y expandirse por distintos ámbitos.

El emprendedor de internet es el personaje que intenta continuar el legado de la primera generación de científicos, *hackers*, estudiantes y profesores para encargarse de potenciar y difundir las herramientas que abran las puertas de la conexión y sus ventajas al resto de la sociedad, creando espacios para la democratización y el empoderamiento de los sujetos. Se trata de la emergencia de “una figura de un nuevo tipo, el “emprendedor libertario”, que se oponía a la autoridad y a las normas, que solo estaba impulsado por su “inspiración premonitoria” (Sadin, 2018: 67).

Su marcado aire disruptivo viene dado no sólo por su cuidada estética informal y el producto de su trabajo -la tecnología y sus nuevas posibilidades-, sino fundamentalmente porque se trata de un actor que pretende poner en práctica sus ideales reivindicativos a partir de la acción en el mercado. Efectivamente, esta vez el camino no es luchar por ser escuchados desde un espacio disidente, ya sea a través de movimientos sociales, grupos intelectuales o bandas musicales, sino de competir mano a mano contra el orden

establecido. Para ello, el objetivo es crear productos disruptivos que ofrezcan nuevas posibilidades y empoderen a los consumidores. La implicancia fundamental que tiene todo este asunto para nosotros es la noción del mercado que la subyace, puesto que es entendido como un lugar pragmático y democrático por excelencia, que protege y fomenta la libertad, por lo que pasará a transformarse en el campo de acción privilegiado.

Para intentar comprender mejor este modo de ver las cosas y qué caracterizaría a las empresas del sector a la hora de desplegarse en la competencia, consideremos lo que Pekka Himanen (2004), en su libro “La ética hacker y el espíritu de la era de la información”, denomina la ética *hacker* del trabajo. Se trata de un código de conducta, surgido entre las primeras comunidades informáticas, que se caracteriza por el valor de la libertad, la pasión y el trabajo bien hecho. Estaría dotado de una moral específica que pone en tensión ciertas lógicas del capitalismo de las grandes unidades, reivindicando las convicciones personales y el poder del sujeto como un valor primordial para no caer en la aceptación obediente de las pautas de acción establecidas.

Es por ello que el emprendedor de internet aparece generalmente como el “joven genio” que supo usar la tecnología para ridiculizar la burocracia, aprovechar al máximo las posibilidades del “sistema” y crear herramientas para que la acción de personas comunes y corrientes puedan aumentarse, sumando voluntades a través de redes de conexión, transformándose en actos políticos, revolucionando los mercados y alterando el orden establecido. Todo radicaría en una cuestión de actitud para liberarse de los dogmas aprendidos y aprovechar las nuevas posibilidades.

A fin de cuentas, la ética *hacker* es la que define el aura que envuelve a las distintas iniciativas o empresas tecnológicas y las presenta como una alternativa divergente, pero inteligente -*smart*-²², de hacer las cosas. Además, el concepto nos explica que se trata de un movimiento que plantea una línea de acción marcada por la disrupción constante en todo sentido, tanto técnico como político o económico. La fuerza de este planteamiento proviene de que deja claro que los emprendedores *hackers* serían los expertos en una materia que políticos, abogados, investigadores, sindicalistas, movimientos sociales y

²² Si se observa bien, actualmente estamos bombardeados por un discurso publicitario que intenta presentar una alternativa *smart* para realizar todo tipo de asuntos, desde moverse por la ciudad hasta ver televisión. Se trata de un recurso que proviene directamente de las empresas tecnológicas, pero que ya se difundió por diversos sectores, de modo que hoy podemos encontrar incluso un menú del día *smart*: <<https://www.vips.es/vips-smart/menus/smart-menu>>

economistas no terminarían de comprender. La sociedad estaría estancada en sus estructuras y los emprendedores tendrían la misión de hacerla mirar hacia el futuro que sus adelantos tecnológicos van permitiendo soñar. Se trata de innovar constantemente, siempre pensando en liberar a los sujetos de las marañas institucionales para “*hacer del mundo un lugar mejor*”²³.

Así las cosas, hoy en día son los nietos del *flower power* y de los asistentes al *Summer of Love* quienes, siempre desde un discurso que retoma los lazos con la herencia contracultural y reivindicativa, aunque más que nunca movidos por la ambición, han comandado una verdadera fiebre emprendedora e intentan transformar el mundo a través del potencial infinito de las tecnologías digitales y el poder de conexión de internet (Sadin, 2018)²⁴. Se trata de llevar a cabo una revolución empresarial que permita, de una vez por todas, el sueño liberal del empoderamiento definitivo, ya no de los sujetos, sino de los consumidores, o mejor, de los usuarios.

Empresas como Google, Facebook, Netflix, Instagram, Twitter, Apple, Uber -entre muchas otras- han logrado construir un discurso que las presenta como las nuevas fuerzas que luchan contra el antiguo orden económico y burocrático. Para ello, han desplegado un modelo económico sustentado en la agilidad, lo colaborativo y la creatividad. En resumidas cuentas, que pone en el centro de la escena al sujeto y su capacidad de agencia.

3.1 Steven Jobs, el ejemplo perfecto de emprendimiento y ética *hacker*

El ejemplo que mejor refleja todo esto que venimos hablando no es otro que el de uno de los “gurús” del sector, Steven Jobs. Cofundador del imperio Apple, su imagen quizás representa todos los valores y cualidades a las que aspiran sus sucesores. Más allá de que muchas de sus frases se hayan transformado en un lugar común del *coaching*, la forma en que generalmente se aborda su figura nos da luces sobre cómo recibe la sociedad a los emprendedores de internet y su legado. Al momento de morir contaba con un patrimonio valorado en 10.200 millones de dólares (Periódico elEconomista, 2022) y era considerado

²³ Se trata de un mantra del sector que está brillantemente plasmado en las notables primeras dos temporadas de la paródica serie Silicon Valley, que sigue el camino de un grupo de amigos informáticos que dan con una idea millonaria. La trama se basa en cómo los capitalistas de riesgo luchan por adueñarse del proyecto, mostrando una competencia económica descarnada, que esquiva muchas veces la legalidad vigente.

²⁴ Nótese que hacerse rico y cambiar el mundo, dos conceptos impracticables al mismo tiempo, ya han sido lo suficientemente despolitizados y modelados como para conjugarse juntos y ser los pilares que sostienen el mismo sueño.

no sólo un genio de la informática y los negocios, también un referente de vida. A él se le atribuye la famosa frase, que hoy en día actúa como un mantra en las redes sociales de emprendedores, que dice: “*Si no persigues tus sueños, alguien te contratará para que trabajes por los suyos*” (Portal economia3, 2021). Para nosotros, lo interesante de su figura es que simboliza a la perfección el ascenso y consolidación del discurso y espíritu empresarial que investigamos.

Es la personificación del relato del emprendedor, el “visionario loco incomprendido” que forja su futuro desde abajo y que, a base de resiliencia y talento, la sociedad le termina dando la razón. El objetivo de su trabajo siempre fue la producción de herramientas que buscaran desafiar los márgenes establecidos a través del empoderamiento de los usuarios. Según Andy Hertzfeld, miembro del primer grupo de programadores de la Macintosh, Steve “Vivía en la idea delirante, nietzscheana, de ser un elegido al que nada debía detener, un visionario cuya misión era aportar a las personas lo que son demasiado estúpidas para imaginar” (citado en Sadin, 2018: 211).

Férreo defensor de la libertad individual, Steve pasó del movimiento *hippie* a ver en el desarrollo de la informática y su irrupción en el mercado el camino para la liberación individualizada de las masas. Así, al poco tiempo de ser un activista, terminó creando su propia empresa junto a su amigo Stephen Wozniak, -supuestamente- en un garaje, con la que lograron revolucionar y expandir el uso de ordenadores al público general, logrando cumplir el sueño del emprendedor *hacker* de innovar, crear una empresa transgresora multimillonaria y transformarse en referente a muy temprana edad.

Los primeros ordenadores de la marca, Apple I y Apple II, fueron fundamentalmente creaciones del miembro más silencioso de la dupla, Wozniak. De hecho, el mito fundacional dice que la Apple I habría sido el resultado de un trabajo como pasatiempo que realizó en su propia casa y que mantenía como un logro personal entre los amigos de su barrio. Sin embargo, cuando se unió con Jobs, el asunto cambió de inmediato. Su talento y visión para los negocios hizo que en poco tiempo Apple ya comenzara su ascenso como la empresa que transformaría el mundo informático y llevaría la competencia en el mercado a niveles nunca vistos. El objetivo de Steve Jobs siempre fue construir una compañía que dominara el sector tecnológico y “cambiara el mundo”. En

numerosos documentales, biografías o relatos, sus más cercanos lo describen como un megalómano convencido de que su misión era cambiar la vida de las personas²⁵.

Desde esta perspectiva, cuando en 1984 Steve Jobs afirmó que “la Mac salvará el mundo” (Jobs, 1984), tal vez podía parecer sólo una frase rimbombante para publicitar la última gran creación de su compañía, pero también expresa a la perfección el delirio de los emprendedores de internet por crear herramientas que abran los caminos del empoderamiento individual y, de paso, el de sus propios imperios tecnológicos que cada tanto puedan revolucionar el mundo.

Capitalismo de datos: plataformas y algoritmos²⁶

1. El fracaso de las punto-com

A partir de la privatización y explosión de la fiebre de internet en los 90, sumada a la irrupción de los emprendedores, capitalistas de riesgo y una serie de nuevos actores que intentaron masificar su alcance para llevar adelante los primeros negocios en línea, se fue dando nacimiento al sector que quedó bautizado como la “*net economy*”, donde la competencia alcanzada trajo consigo un nivel de especulación sin precedentes.

Aun cuando había una serie de iniciativas que ya comenzaban a operar en el nuevo mundo online, en aquella época todavía no ocurría ningún hecho destacable que justificara el entusiasmo que se estaba despertando en el sector económico, a pesar de lo cual se propagó una ambición y terquedad creciente, que imponía que todo debía ser “metido en los cables” (Sadin, 2018: 75). Se daba inicio así a una era de especulación agresiva y optimismo tecnológico, respaldado únicamente por proyecciones azarosas o discursos exaltados, a la que Peter Thiel (2015), en su libro “De cero a uno: cómo inventar el futuro”, define como la fiebre del oro de Silicon Valley. En resumen, durante este periodo

²⁵ Es una imagen que recuerda bastante a ciertas declaraciones de Sacha Michaud, el cofundador de Glovo, que en una entrevista afirma que su empresa sería la herramienta que permitiría a las personas viajar por el mundo mientras viven la experiencia de ser *glover*. Dejo la versión completa en Anexos digitales con el título “6. Podcast Itnig, cap 41. Sacha Michaud y el hipercrecimiento de Glovo”. La referencia va desde el minuto 32:00 hasta el 32:50. Además, los primeros minutos de la conversación reflejan a la perfección todo lo que venimos hablando aquí sobre el emprendedor de internet, pues Sacha fue uno de los pioneros del sector en España.

²⁶ Hay trozos de este capítulo publicados en la guía de UGT, titulada: “Guía para comprender el nuevo capitalismo de datos, la economía de plataformas y sus riesgos” (Diez et al., 2021b), disponible en: <https://www.ugt.es/sites/default/files/guia-algoritmos_ediciondigital_con_autor.pdf>

“se formaron más de cincuenta mil empresas para comercializar Internet a las que se les aportaron más de 256.000 millones de dólares” (Srnicek, 2018: 24).

Consecuentemente, en 2002 la burbuja explotó y se declararon las pérdidas más grandes de la historia de la economía estadounidense, llegando a una cifra cercana a los mil millones de dólares y conocida en el mundo entero como el fracaso de las punto-com. Aunque con el tiempo se irían dando múltiples ejemplos similares, si bien no a la misma escala, y hoy en día ya no causa gran sorpresa, este hecho también debemos considerarlo como el primer colapso causado por el espíritu especulador y voraz de los emprendedores y capitalistas de riesgo de Silicon Valley, que pretenden dar con la llave del futuro a cada paso que dan.

La historia cuenta, sin embargo, que aquel catastrófico desplome dejó la infraestructura y el camino abierto para que las empresas fueran dando forma definitiva a la próxima revolución que transformaría el estado de las cosas: la recolección y análisis de datos.

2. De los problemas para generar rentabilidad al desarrollo del invento central

A partir de todo este movimiento, a fines de los años 90 comenzó a dar vueltas un nuevo concepto, que quizás aún hoy apunta a varias direcciones y se presta para malentendidos, pero que tiene un sentido inequívoco. Hablamos de la “economía del conocimiento”, “capitalismo cognitivo” o “economía de la información” (Sadin, 2018). Se trata de la emergencia de todo un paradigma de acumulación de riqueza, comandado por las empresas *big tech* (nombradas así por su enorme potencial técnico), que está centrado en aprovechar y aumentar el campo de acción digital de cada sujeto, estableciendo como fuente de materia prima los datos que se pueden extraer de aquella actividad, junto con una serie de técnicas cada vez más variadas a su alrededor para explotarlos.

El fracaso estrepitoso de las punto-com había revelado algo que a la luz de los años parecería sencillamente ridículo: internet no parecía ser un buen negocio. A pesar de su revolucionario potencial, las distintas iniciativas surgidas en línea vivían constantemente en el límite de la rentabilidad, lo que hacía que los capitalistas de riesgo se mostraran cada vez más recelosos frente a sus proyectos.

La misma impronta que había marcado a internet como un instrumento libre, sumado a que se trataba de un nuevo espacio donde no había regulaciones claras ni certezas garantizadas, hacía realmente difícil que las compañías pudieran cobrar una tarifa por un determinado servicio. Así, ante el riesgo inminente de la quiebra, las nacientes empresas fueron buscando nuevos rumbos y alternativas que permitieran dar con la clave del éxito, de lo cual se terminaron conjugando dos movimientos que hasta entonces no guardaban ninguna relación entre sí: los efectos de red y la publicidad (Zuboff, 2020).

Por una parte, gracias a que el desastre de las punto-com había demostrado que la construcción de espacios tipo escaparates digitales no llevaba a ningún lado, el sector se concentró en crear herramientas que ofrecieran una experiencia diferente al simple “ojeo” de la pantalla, que permitieran la interacción del usuario. El punto es que entendieron que esto les permitiría recolectar y utilizar los distintos tipos de datos que quedaban desparramados, con el fin de generar una retroalimentación para mejorar los productos y, en el mejor de los casos, poder crecer. Así es que fue tomando forma nuestro invento central: la plataforma, bajo la misión de captar todos los datos posibles. De esta manera, la retroalimentación generada a partir de la información que se iba recolectando, permitió dar paso a lo que hoy en día conocemos como efectos de red. Una técnica que actualmente funciona como condición básica para la competencia. Significa que, dado que la plataforma está sustentada en algoritmos que evolucionan sistematizadamente a cada nueva entrada de información, mientras más numerosos sean los usuarios que la utilizan y dejan datos, mejor es el servicio que puede ofrecer al resto de usuarios. Más usuarios generan más usuarios. Todo lo cual, evidentemente, lleva a que las empresas tecnológicas tengan una debilidad especial por cualquier tipo de prácticas que permitan capturar datos, pero también una tendencia natural hacia la creación de monopolios. La propia lógica de sus tecnologías impone que desplieguen las tácticas que sean necesarias para sumar cada vez más usuarios y ganar terreno en el mercado. De aquí viene la competencia frenética de nuestros tiempos.

Por otra parte, mientras todo esto se sucedía, las compañías, acorraladas por los números rojos, tenían básicamente dos opciones: o bien utilizaban el mundo online como un medio de coordinación, pero manteniendo su nicho sobre la venta de productos o servicios offline -tales como Amazon-, o bien debían comenzar a gestionar sus espacios para dar cabida a la incipiente publicidad en línea. A pesar de que la venta de espacios publicitarios

era una de las pocas maneras de generar ingresos, se trataba de un recurso que los emprendedores de internet consideraban burdo (Sadin, 2018). Los nuevos *hackers* del emprendimiento no querían ver a sus innovadores inventos transformados en comisionistas de las grandes corporaciones que, precisamente, estaban llamados a derrocar. Sin embargo, tuvieron que priorizar la rentabilidad por sobre un código ético que, de todos modos, en la práctica era cada vez más laxo.

Así, entonces, en el horizonte aparecía la oportunidad de explotar los sistemas de análisis de datos y dirigirlos hacia el lucrativo campo de la publicidad. Para ello, el objetivo debía ser crear escenarios constantes para que los usuarios se desplieguen, sacando todo de sí, dejando cada vez más rastros y poniendo en escena su propia subjetividad. De este modo, al tiempo que se iban sofisticando las tecnologías para recoger todos los datos posibles, fue subiendo también el valor de las compañías que los recolectaban, pues ahora contaban con un activo realmente valioso y atractivo, que abrió un horizonte de beneficios inagotables (Sadin, 2018).

Esto no es sólo un hecho anecdótico. Es un momento crucial en la historia reciente de nuestra sociedad. Aquí debemos marcar el antes y después en la capacidad de las compañías para crear constantemente nuevas tecnologías que se incorporan rápidamente en la vida cotidiana. A partir de esta fecha, todos hemos sido testigos de un período caracterizado por una innovación incansable, donde diariamente aparecen y desaparecen nuevas empresas que buscan expandir las fronteras de la realidad.

3. La explotación de los datos

Para comprender cómo ha ido cambiando el uso y trato que las empresas dan a los datos recolectados, Shoshana Zuboff (2020) expone el caso de un grupo de especialistas del Instituto Tecnológico de Georgia, que en el año 2000 crearon un proyecto llamado Aware Home (Hogar Consciente). Estaba diseñado para detectar los distintos aspectos humanos y ambientales que influyen en el desarrollo de las actividades del hogar y así formular tecnologías que permitieran dar un salto en la calidad de vida. El grupo de investigación instaló una serie de sensores en partes estratégicas de la casa y en sus propios habitantes, quienes los llevarían sobre sí mediante tecnología ponible (o *wearable*). El experimento suponía un rastreo constante y automatizado a partir de la recolección de una serie de datos sobre el contexto y los hábitos de las personas. Lo fundamental del asunto es que,

dadas sus características, todo el proyecto se levantaba sobre el supuesto de que el derecho sobre los conocimientos generados y el modo de usarlos serían exclusivamente de los habitantes de la casa, puesto que era evidente que esos datos hablaban de aspectos realmente íntimos.

Aware Home fue pionero en un sector que desde entonces ha crecido como la espuma. Hoy en día el negocio mundial de los hogares inteligentes se cree que alcanzará los 151.000 millones de dólares en 2023 (Zuboff, 2020). Aunque su rentabilidad no es lo único que ha cambiado: en la actualidad sería simplemente inviable e inconcebible que un negocio de este tipo tuviera en consideración los mismos principios éticos de inviolabilidad de la intimidad y privacidad.

3.1 Google y el comienzo de la era de recolección de datos a mansalva

Tomemos como ejemplo el caso de Google. Acorde a su condición de *start-up* tecnológica y transgresora, para afrontar su nueva etapa en el campo de la publicidad, comenzó distintos experimentos que permitieran automatizar los procesos de venta de espacios a distintas empresas y hacerlos cada vez más eficientes. Por aquel entonces, y como decíamos, los datos recolectados eran usados para potenciar los algoritmos y generar efectos de red, sin embargo, no todos los datos servían para esto. Según cuenta Zuboff (2020), dado que es mucho más barato simplemente recolectarlo todo que ser selectivos, Google contaba con inmensas bases de excedente de datos de los años anteriores que no eran utilizadas, pero que a la luz del nuevo negocio parecían prometedoras.

Los ingenieros de Google, entonces, comenzaron a incursionar en nuevas herramientas de análisis sobre las fuentes de excedente de datos que permitieran ir afinando los conocimientos sobre cada usuario, siempre bajo el objetivo de hacerlos “calzar” de modo cada vez más efectivo con determinadas publicidades. Lo importante de esto para nosotros es que se fue dando origen a un proceso de acumulación de información que no sólo iba permitiendo crear una valiosa duplicación digital del mundo y sus vaivenes, sino que fundamentalmente reenfocó y complejizó la función de los algoritmos, educándolos ahora bajo el objetivo de encontrar patrones para que fueran capaces de anticiparse a ciertos comportamientos de los usuarios, buscando el lugar y momento exacto en que es más eficiente que cada cual sea enfrentado a determinada información o publicidad (Zuboff, 2020). Se trata de un proceso de sistematización constante de las conductas, que

dio paso a lo que hoy se conoce como “publicidad dirigida” (Zuboff, 2020) o “publicidad depredadora” (O’Neil, 2017). Paradójicamente, parece un método propio de un orden social distópico, tal como el que narra Orwell en 1984. La diferencia es que Apple aseguraba que la revolución digital debía impedirlo, no inaugurarlo.

Desde el momento en que la compañía comenzó este proceso, experimentó una etapa de crecimiento económico sin precedentes. Si a comienzos del año 2000 aún no lograba generar beneficios, en 2001 alcanzó un margen de 86 millones de dólares, un 400% más que el año anterior; en 2002 las ganancias ascendieron a 347 millones de dólares; 1.500 millones en 2003; y 3.200 en 2004. Un increíble crecimiento de un 3.590% en menos de cuatro años (Zuboff, 2020). Recordemos que hoy en día se transformó en el grupo Alphabet, que reúne al conjunto de empresas surgidas de la matriz Google, y que en 2022 obtuvo una valoración de mercado cercana a los 820mil millones de dólares (Portal Statista, 2022). Es decir, más de 800 veces superior a una empresa Unicornio, que ya de por sí representa una rareza estadística.

3.2 Las redes sociales y el teléfono inteligente: las plataformas como soporte de la vida cotidiana

De esta manera, poco a poco las nuevas tendencias iban permitiendo cumplir los anhelos antiguos: generar herramientas disruptivas cada vez más diversas, basadas en el empoderamiento individual y el protagonismo del sujeto, mientras que se amasaban inmensas fortunas. Así, durante la primera década del 2000 las compañías dieron todavía un paso más allá, cuando la siguiente revolución trajo consigo a los nuevos gigantes del sector: las redes sociales.

Se trata de la creación de espacios de interacción que se presentan como una posibilidad de empoderar a la población a través de la puesta en contacto y la creación de redes, ofreciendo un medio para participar masivamente, compartir gustos, opiniones, ideales, malestares, talentos y todos aquellos elementos representativos de la singularidad de cada sujeto. Su aparición posibilitó la construcción de un espacio de interacción virtual que, a diferencia de Google, permitía encauzar la navegación del usuario dentro de las fronteras de la plataforma, logrando apropiarse ya no sólo de los datos arrojados por los patrones de comportamiento de sus clics, sino directamente de su expresividad (Sadin, 2018). Esto es lo que se conoce como las webs 2.0: espacios que invitan a desplegar la propia

subjetividad para dejar succulentas huellas en el mundo digital. Se trata ni más ni menos que de una sistematización industrial de las conductas. He aquí que, según Sadin (2018), reside el sentido profundo de la economía del conocimiento, o mejor, del comportamiento.

Bajo esta forma, se abrió un espacio para la promoción constante de la retórica social y la estética *cool* de las empresas de internet, reforzando la idea de que a través de la participación en comunidades virtuales se pueden agrupar y aumentar las voluntades para que sean escuchadas y generar cambios en el orden establecido. Brindarían la posibilidad de retomar los lazos comunitarios, apelando a una suerte de esencialismo social perdido en la fatídica marcha de la historia, pero que en los tiempos actuales reaparece en el espacio virtual gracias a las plataformas digitales, que vienen para potenciar al sujeto, lo colaborativo, las singularidades y la libertad de expresión.

“La retórica mcluhaniana de la “aldea global” era retomada por empresas privadas que ocultaban el único objetivo de constituir inmensas bases de datos sobre los comportamientos” (Slee, 2015: 83).

A partir de que las compañías entendieran cómo había que recolectar y explotar los datos para que se constituyeran en la materia prima de toda una nueva corriente económica, fue tan explosivo su crecimiento y tan infatigable la potencia de los algoritmos para asimilarlos y analizarlos, que era cada vez más necesario revolucionar las posibilidades de la época para crear un nuevo soporte tecnológico que fuera capaz de seducir a cada sujeto y permitir que se desarrollara por completo, llevando la recolección a espacios cada vez más íntimos, hasta ser capaces de procesar la última de las conductas. Había que lograr acompañarlos las veinticuatro horas. Así, en 2007 llegó el teléfono inteligente, que implicó una conexión espaciotemporal virtualmente ininterrumpida. Su aparición significó que internet dejara de ser un pasatiempo, un medio de expresión, y pasara a ser un soporte de la vida cotidiana, haciendo prácticamente estéril la distinción online/offline y fortaleciendo la sensación constante de conexión, empoderamiento, emprendimiento y libertad. Se trataba de la realización del sueño informático de conectar personas y abrir las posibilidades de interacción, pero ahora bajo un signo totalmente distinto. La constante y cada vez más fiel duplicación digital del mundo había dado surgimiento a un

horizonte de beneficios inagotables, que alentaba a las empresas a extenderse para abarcar la totalidad de los sujetos, bajo la cantinela de buenas intenciones para “hacer del mundo un lugar mejor” (Sadin, 2018).

La introducción del teléfono inteligente abrió por fin el camino a todo un campo de posibilidades que hasta entonces el mercado aún no podía terminar de conquistar. A partir de aquí, con las plataformas adaptadas para dar soporte a todo tipo de situaciones bajo el diseño de amigables aplicaciones, las empresas pudieron acceder a un campo inmenso de riquezas que antes les estaba negado, haciendo un seguimiento constante de la vida, registrando a cada minuto las huellas de diversas actividades e inmiscuyéndose hasta en lo más íntimo de la cotidianidad.

Por todo esto, no es de extrañar que el sector que más ha crecido en los últimos años sea precisamente el de capacidad de almacenamiento informático. La memoria tecnológica mundial ha venido duplicándose cada tres años, aproximadamente, de manera sostenida. En 1986 sólo se había digitalizado el 1% de la información, en el 2000 ya era el 25% y en 2013 se había logrado trasladar el 98% de la información mundial a algún formato digital (Zuboff, 2020). Podríamos decir, sin miedo a equivocarnos, que la información *es* digital, aunque no por ello pública. Los datos recolectados por cada compañía y su manera particular de rentabilizarlos constituyen el activo privado más valioso²⁷.

Todo esto está íntimamente relacionado con los cada vez más complicados “Términos y condiciones” y “Políticas de privacidad”, que inevitablemente aceptamos sin mirar, pues están directamente diseñados para eso. Según Zuboff (2020), algunas investigaciones demuestran que para que un ciudadano normal pueda leer cada uno de estos contratos a los que se enfrenta a lo largo de un año, necesitaría cerca de 70 jornadas laborales completas y estudios avanzados en la materia.

²⁷ Sobre esto, recomiendo ver el escalofriante documental del medio alemán Deutsche Welle (DW) “Amazon, todopoderoso” (2019), también conocido como “Amazon, Jeff Bezos y la colección de datos”. Lo dejo en Anexos digitales con el nombre “7. Documental DW - Amazon, todopoderoso”. DW es una cadena de comunicación pública de Alemania que tiene una sección especialmente dedicada a la producción de documentales, en la cual últimamente se están centrando bastante en los problemas generados por las empresas tecnológicas.

4. El optimismo tecnológico

Es imprescindible destacar que este proceso de extracción no siempre ha contado con el consentimiento de los usuarios y, de hecho, en muchas partes del mundo aún sigue siendo así. En Europa, no fue hasta que salió el Reglamento General de Protección de Datos, en 2016 (Reglamento UE, 2016/679, de 27 de abril), que recién se comenzó a regular la recolección y uso de datos, aunque todavía queda bastante trabajo por hacer en la materia. Las compañías aprovecharon sus conocimientos para abrir un campo de acción inexplorado, en el cual han sacado una ventaja considerable a los gobiernos y su capacidad de regulación. Primero, porque se trata de un fenómeno totalmente novedoso y altamente complejo, que escapa a los históricos asuntos sobre los que se ha encargado el derecho, la economía y la política. Y, segundo, fundamentalmente porque también se han preocupado de generar todo tipo de murallas y una estricta política de secretismo para no revelar sus “fórmulas mágicas”. Mientras tanto, han sabido promocionarse como empresas disruptivas que luchan contra la burocracia, buscan mejorar la vida de las personas y aportar a una sociedad más horizontal, ecológica, flexible, descentralizada y creativa.

De esta manera, el arraigo y proliferación de las actividades del capitalismo de datos desreguladas, aunque muchas veces financiadas por los propios gobiernos, ha permitido que las empresas hagan negocios a partir de distintas técnicas para obtener información gratuita de sus usuarios. Estas condiciones han posibilitado el inicio de una era de recolección sin precedentes, que ha actuado como el estímulo preciso para un sinfín de *start-ups* basadas en plataformas digitales, que actúan como soporte para cualquier ámbito de la vida cotidiana en busca de acumular todos esos preciados datos que pasarán a ser su principal activo. Este espectro va desde plataformas diseñadas para gestionar actividades tan cotidianas como ver una película, escuchar música o guiarse por la ciudad, hasta otras que directamente se dedican al ámbito laboral. Tal fuente de riqueza ha sido la propulsora de un crecimiento con valoraciones de mercado jamás vistas. Para hacernos una idea, basta con decir que, en 2020, las principales empresas centradas en tecnología -que hacen negocios con nuestros datos-, estaban valoradas así:

- Amazon, 415.855 millones de dólares.
- Apple, 352.206 millones de dólares.

- Microsoft, 326.544 millones de dólares
- Facebook, unos 150.000 millones de dólares (Ipmark, 2020).

Son cifras que a cualquiera le cuesta dimensionar. Además de la categoría de Unicornio, que ya va quedando ajustada, otro intento para clasificarlas ha sido la creación de siglas específicas que designan a las *big tech*: FAANG (Facebook, Amazon, Apple, Netflix y Google), GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple y Microsoft) y MAAN (Microsoft, Apple, Amazon y Netflix).

Hay que comprender el fondo del problema: la fuente de esa riqueza, esos datos, en realidad somos nosotros. Es por esto que ciertos autores, como el filósofo Markus Gabriel (2019), están comenzando a utilizar el concepto de “proletariado digital”, que se refiere al hecho de que trabajamos constante e incansablemente para las grandes compañías digitales a cambio de servicios gratis, lo que Morozov (2018) llama los servicios *freemium*.

Pero esto no es todo, la recolección de datos sin precedentes y sus multimillonarios réditos además ha permitido que las compañías tecnológicas sean pioneras en el desarrollo de los principales inventos que, según todo indica, serán decisivos en el futuro. Tal como plantea el mismo Morozov (2018), las empresas llevan años recopilando todo tipo de datos de las formas más extravagantes, lo cual les ha permitido alcanzar un nivel de desarrollo tecnológico frente al que ni siquiera los propios Estados pueden competir. En este sentido, los mayores y más vistosos avances han venido principalmente en el trabajo realizado sobre inteligencia artificial, que evidentemente también se nutre de los datos recolectados. Esto en parte también ha sido posible gracias a que han recibido constante y variada financiación pública, aunque después los resultados obtenidos sean vendidos a gobiernos y ciudadanos a precios elevados. Es una política que va en la misma línea que su característico secretismo, puesto que toda esa valiosa información podría posibilitar una acción mucho más eficiente por parte de las administraciones en cuestiones de seguridad, calidad de vida, derechos, salud, movilidad o educación. Desde esta perspectiva, se prevé un futuro en que cualquier proyecto ambicioso sustentado desde una lógica pública quede atado de pies y manos, pues no faltaría mucho para que el Estado subvencione la implementación de avances tecnológicos privados en sectores sensibles. Es más, en

muchas partes del mundo ya lo hace en áreas como la medicina, logística, transporte, seguridad o educación. Simplemente es más barato y sencillo cubrir con dinero público un servicio que ya cuenta con su propia infraestructura que comenzar a invertir y potenciar un nuevo proyecto a largo plazo (Morozov, 2018).

Esta es la historia que nos dejan los disruptivos emprendedores *hackers*: la del desarrollo de un movimiento empresarial que dio con una fórmula que, al revés de lo que prometían, les permitió generar toda una corriente económica a partir de aprender a explotar al sujeto y sus características, al tiempo que supieron mantener actualizado su discurso transgresor y legitimador. A todo este entramado, Shoshana Zuboff (2020) lo bautizó en el título de su genial libro como “La era del capitalismo de la vigilancia”, pues ciertamente la dirección que ha seguido es la de lograr penetrar en todos los espacios de la vida para registrar minuciosamente cómo se desenvuelve cada uno de sus aspectos. El desarrollo de las nuevas tecnologías ha sido bajo el objetivo de recopilar los datos de cada una de nuestras conductas. Un sistema de vigilancia en toda regla.

5. Plataformas y algoritmos, el soporte tecnológico de la revolución digital

Dicho todo lo anterior, debemos rescatar las principales características y modo de operar de nuestros inventos centrales: las plataformas y los algoritmos.

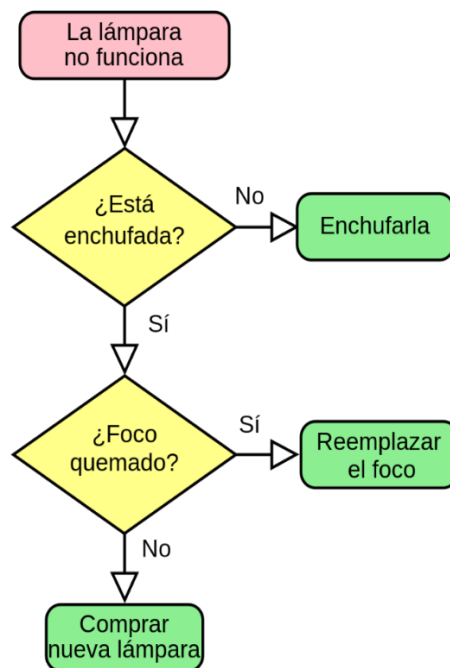
Como vimos, cada vez que entramos en cualquier tipo de plataforma, a través del dispositivo que sea, en realidad estamos frente a un sensor pensado para capturar nuestros datos. Debemos imaginar que las plataformas están programadas mediante distintos rastreadores para actuar como si entráramos en una habitación repleta de cámaras de grabación ubicadas en puntos estratégicos, así pueden registrar hasta el más mínimo movimiento que hacemos. El ejemplo más famoso son las *cookies*: trozos de código que se insertan en los dispositivos para seguir las huellas de nuestra actividad (Zuboff, 2020). Ahora bien, para procesar y sacar partido a esta inmensa cantidad de información que se va recolectando a cada instante, las compañías han desarrollado programas cada vez más complejos que les permitan analizarlos. Y aquí es donde entran en escena los algoritmos.

Básicamente, y tal como explicábamos más arriba, un algoritmo no es más que una secuencia de análisis programada para solucionar un determinado problema e ir encontrando patrones significativos en el tiempo. Hay algoritmos de diversos tipos,

tamaños y complejidades. A pesar del aura que los envuelve en la actualidad, no necesariamente deben ser programas informáticos potentes, sino que incluso pueden ser ejercicios manuales o estar codificados en tablas de análisis de uso cotidiano (por ejemplo, en Excel). Sin embargo, a partir de la explosión de las plataformas y sus tecnologías, la inconmensurable capacidad que han alcanzado para procesar y procesar datos ha llevado a que puedan “aprender” a resolver su cometido de modo cada vez más eficiente y de manera autónoma, siendo capaces de anticiparse y predecir posibles escenarios, lo que los ha transformado en un recurso inestimable. Evidentemente, y a pesar de sus pretensiones, son construcciones que están basadas exclusivamente en experiencias pasadas, por lo que jamás serán capaces de predecir un evento que difiera de lo que dicen los datos recolectados.

Dejo aquí una representación simple y gráfica de cómo funcionaría un algoritmo.

Imagen 1. Algoritmos



Fuente: disponible en <<https://es.wikipedia.org/wiki/Algoritmo#>>

Lo fundamental de los algoritmos y el notable protagonismo que han alcanzado en la actualidad, no radica tanto en su funcionamiento, sino en cómo son formulados, los ámbitos en los que se usan, los objetivos que se les designan, la fe ciega que despiertan

y, producto de todo ello, las consecuencias que generan. La eficiencia y neutralidad que prometen, sumada a la posibilidad de gestionar grandes cantidades de información en sólo segundos y ahorrar cuantiosos recursos en personal humano, ha hecho que organizaciones de las más diversas índoles los estén utilizando para mejorar sus procesos internos. De esta manera, ya no se trata de un soporte que caracterice únicamente a las *big tech*, sino que se han expandido incluso por sectores realmente sensibles de nuestra sociedad. En su gran libro “Armas de destrucción matemática”, Cathy O’Neil (2017) explica los problemas que está generando la proliferación de estos modelos, que hoy en día se aplican en áreas tan diversas como la generación de sistemas que permitan medir la calidad docente, con sus consecuentes despidos; la evaluación del riesgo en la venta de hipotecas -donde jugaron un papel importante en lo que derivó ni más ni menos que en la crisis *subprime*-; o incluso para procesar las denuncias presentadas en Inspección de Trabajo, automatizar las respuestas y clasificarlas según su prioridad²⁸.

Tal como se entienden hoy en día, entonces, los algoritmos serían simplemente programas de análisis “neutros” que pueden actuar prácticamente sobre cualquier ámbito, por lo que serían transferibles de un sector a otro. El razonamiento es sumamente sencillo: si se logra desarrollar un algoritmo que permita analizar y medir de modo eficiente el trabajo de, por ejemplo, el personal de un determinado hospital, no debería haber problemas en utilizarlo para analizar y medir el trabajo del personal de un centro comercial. La información contextualizada está en los datos que nutren al algoritmo, pero la secuencia de análisis en sí misma sería neutra, por lo que no tiene por qué variar. De tal modo que:

La investigación en epidemiología puede aprender de las predicciones del éxito de taquilla de las películas (...). Lo que significa que si los modelos matemáticos utilizados en las cárceles parecen funcionar bien -lo que en realidad se reduce a una gestión eficiente de las personas- se podrían extender por el resto de la economía (O’Neil, 2017: 44).

²⁸ Dejo aquí una nota de prensa que informa sobre la aprobación de actas de infracción automatizadas a partir de la introducción de algoritmos en las labores de Inspección de Trabajo, disponible en: <https://www.eldiario.es/economia/pasa-si-inspector-trabajo-robot-avances-temores-sanciones-automatizadas-aprobado-gobierno_1_7177360.html>

Tras los algoritmos hay un modo particular de razonar basado en la productividad y eficiencia, que se extiende a pasos agigantados y que se sustenta en tres hechos que rompen todos los precedentes: nunca había existido tal capacidad para recolectar datos; nunca había existido tal capacidad de almacenar datos; y nunca había existido tal capacidad para procesar datos. Esto es lo que da forma a la economía del *big data* y el auge de los algoritmos.

Pongamos una historia ficticia para que quede claro cómo operarían en una situación cotidiana y las consecuencias que pueden generar.

Hace algunos años, una empresa líder en la elaboración de medicamentos estuvo buscando un profesional farmacéutico con 10 años de experiencia, máster y doctorado para cubrir un puesto en uno de sus laboratorios. Para llevar a cabo el proceso, contrató a una consultora especializada en recursos humanos que garantizaba elegir al candidato ideal. En pocos días recibieron cientos de currículos altamente cualificados. Entonces, para definir la idoneidad de los postulantes, la consultora aplicó su propio algoritmo -que es lo que la diferenciaba en el mercado-, el cual desmenuzó cada currículum en una serie de datos y los hizo pasar por una secuencia de análisis a través de variables definidas de antemano (aunque seleccionadas por criterios desconocidos: podrían ser el resultado de la experiencia, recomendaciones de una fuente prestigiosa o dictadas por simple sentido común). El resultado fue una solución con rasgos científicos, basada en puntajes y probabilidades. La empresa aceptó la propuesta y contrató al que parecía el mejor candidato.

El caso es que, gracias a todos los años que la consultora llevaba ofreciendo su servicio para la gestión de personal en el mercado, los programadores del algoritmo habían identificado que una de las variables de procesamiento clave debía ser la Universidad en la que cada trabajador realizó sus estudios, puesto que cuando se les había pedido hacer un análisis de rendimiento a trabajadores con máster y doctorado en otras empresas, se dieron cuenta que cerca del 30% de los que estaban bajo el promedio habían realizado sus estudios en la Universidad a distancia X, así que incorporaron la variable y le asignaron puntajes a cada Universidad (nuevamente según criterios desconocidos). En consecuencia, cuando el algoritmo analizó los currículos de los candidatos al laboratorio, eliminó de golpe a los que provenían de la Universidad a distancia X, pues, si tiempo después el laboratorio encargara un análisis de rendimiento a otra empresa, sería

altamente *probable* que arrojasen el mismo puntaje que los demás egresados de la institución.

Una decisión de este tipo se explicaría porque la consultora quería asegurar el éxito de su proceso y mantener su reputación, de modo que prefirió no seguir asumiendo el riesgo que había cuando no estaba incorporada la variable Universidad. Por su parte, los postulantes altamente cualificados, que años atrás tomaron la mala decisión de estudiar en la Universidad a distancia X, nunca sabrán por qué quedaron excluidos, y menos que ni siquiera pudieron competir a cabalidad por el puesto.

Sin embargo, un tiempo después de que todo esto ocurriera, hubo un grupo de investigadores sociales que se decidió a desentrañar el algoritmo utilizado por la consultora, que a esas aturas ya era una multinacional, y cayeron en la cuenta de que el caso de los trabajadores egresados de la Universidad a distancia X era un patrón. Cuando investigaron el contexto de la institución, entendieron que años atrás su gestión había sido privatizada por completo, con varios escándalos de por medio, y que la nueva junta directiva había puesto el foco del negocio en dos puntos: la financiación de carreras a través de préstamos con altas tasas de interés a estudiantes de estratos socioeconómicos bajos y otorgar acciones de la institución a los profesores. El problema, entonces, no estaba en la capacidad de los estudiantes ni en su potencial como trabajadores, sino en que el objetivo de la Universidad era que egresaran lo más rápido posible para que pagaran su deuda.

Evidentemente, una de las conclusiones de la investigación fue que la Universidad a distancia X había dejado de ofrecer un servicio de calidad para explotar un negocio voraz y que el algoritmo de la consultora estaba reproduciendo un problema estructural.

Tal como vimos anteriormente con el caso de Google, O'Neil (2017) explica que el punto alarmante en un proceso de este tipo es que toda esta corriente, comandada por técnicos matemáticos e informáticos, poco a poco ha ido centrando cada vez más sus esfuerzos en desarrollar algoritmos capaces de predecir el comportamiento de los propios seres humanos, con sus gustos, talentos, intereses y poder de adquisición, intentando así anticiparse a la solvencia como clientes, el futuro potencial como estudiantes, el rendimiento como trabajadores, el riesgo de delinquir o incluso el potencial como amantes. En nuestro ejemplo, la variable clave es una Universidad, pero bien podrían ser

los hijos, el estado civil, el estrato socioeconómico, el historial médico, la raza, la orientación sexual o los antecedentes penales.

Aunque se trata un “razonamiento” a todas luces injusto y discriminatorio, es posible precisamente porque, aun cuando los algoritmos se aplican y tienen influencia sobre sectores sensibles en nuestras vidas, operan como cajas negras, invisibilizando que sus decisiones están fundamentadas en criterios humanos. A pesar de que han sido envueltos en todo un discurso que los presenta como un recurso imparcial, sofisticado y científico, están diseñados por personas que, probablemente sin quererlo, codifican sus propios sesgos e intereses en los programas, con lo que van generando procesos de discriminación indirectos. “Sus veredictos, incluso cuando estaban equivocados o eran perjudiciales, eran indiscutibles e inapelables y solían castigar a los pobres y los oprimidos de nuestra sociedad, al tiempo que enriquecían a los ricos” (O’Neil, 2017: 11).

Para evitar esto, los sistemas estadísticos requieren constantemente de un proceso de retroalimentación que les pueda indicar cuándo se están equivocando. De hecho, si es posible hablar de que los algoritmos “aprenden” a ejercer su tarea de modo cada vez más eficiente, es gracias a que se incorporan los errores en el modelo. Sin embargo, dado que se trata de programas altamente costosos y que resultan claves para destacar entre la competencia, generalmente se intentan esconder con argumentos como el secreto de empresa o la propiedad intelectual, con lo cual el proceso de retroalimentación muchas veces queda interrumpido. Así se forma lo que O’Neil (2017) denomina un Arma de destrucción matemática, las cuales están esparcidas por toda la economía. Se caracterizan por gestionar a millones de personas en las más diversas áreas, operar de modo opaco, sin cuestionamiento, sin dar explicaciones y confundiendo sus propios resultados con la realidad, con lo que van creando bucles de retroalimentación perniciosos que producen situaciones terribles para las personas (O’Neil, 2017).

Una pequeña anécdota al respecto, que deja en claro todos estos puntos. En el marco de la mesa de diálogo social que dio a luz a la “Ley rider”, uno de los focos sobre los que habíamos trabajado al interior de UGT era la formulación de un Registro de Plataformas y Algoritmos Laborales, ya que veíamos que era la única manera de poder tener acceso a la información necesaria que permita tomar decisiones apropiadas para regular eficientemente la organización del trabajo. Cuando se puso el tema sobre la mesa, el gobierno comprendió que el tema de los algoritmos era un asunto de técnicos cualificados

lo suficientemente complicado incluso para entrar a conversarlo, y la patronal Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), por su parte, que sí veía lo que estaba en juego, aprovechó de inmediato para zanjar el asunto, alegando que los algoritmos son propiedad intelectual de cada empresa y que, si se llegasen a revelar, se estaría alterando gravemente la competencia. Inmediatamente terminada aquella reunión, aparecieron los dueños de las plataformas explicando que la mesa de diálogo no estaba abordando los temas centrales, que había un claro sesgo político y que simplemente era una locura siquiera pensar en registrar cómo funcionan los algoritmos. No obstante, y como dijimos innumerables veces, nosotros no queríamos tener acceso al “secreto de la Coca-Cola”, sino únicamente a los parámetros que establecen cómo se organiza el trabajo. Finalmente, y tal como quedó reflejado en la escaza ley, eran tan evidentes los argumentos que se logró encontrar una pequeña ventana, que en teoría debería permitir esclarecer estos asuntos²⁹.

Lo mismo que sucedió con el gobierno de España, ha pasado en otros lados. Probablemente la sola palabra “algoritmo” ya genera un cierto rechazo y hace pensar que es necesario tener conocimientos avanzados en informática para poder comprender cómo operan. Por esta serie de causas, generalmente frente a la actividad de las empresas que recopilan y procesan datos con distintos fines, las regulaciones políticas han puesto el énfasis en la privacidad. Pero la privacidad no es más que el velo que cubre la actividad. Nuevamente, no se trata sólo de un determinado tipo negocio que incurre en prácticas cuestionables y que debe ser corregido. Es lamentable, pero nuestra privacidad fue completamente vulnerada hace tiempo. Asumir esto es un primer paso para comprender las dimensiones del problema.

²⁹ Recomiendo leer esta nota de prensa al respecto:
<<https://www.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/gobierno-lobby-registro-plataformas-ley-rider/2822384/>>

Economía de plataformas y plataformas de trabajo

Dicho y entendido todo lo anterior, ya tenemos las herramientas para poder abordar de qué se trata el movimiento de la economía de plataformas y las plataformas de trabajo, las problemáticas que plantea y las significativas consecuencias que está generando en distintos órdenes de cosas.

Como recién veíamos, el ascenso del capitalismo de datos y sus tecnologías permitieron que su método se extendiera por diversos ámbitos, con lo que construir herramientas que revolucionen distintos mercados se transformó en el objetivo prioritario del sector. Esto ha permitido la aparición de nuevas relaciones y formas de producción, creando un espacio para el surgimiento de modelos de negocio que hasta hace unos años eran inimaginables y que han dado paso a una verdadera explosión de plataformas, diseñadas para actuar como soporte en las más diversas situaciones del día a día.

1. Algunas definiciones

Debemos puntualizar brevemente algunas definiciones para evitar malentendidos, pues a lo largo del trabajo hemos intentado ser pragmáticos y utilizar conceptos precisos para no confundirnos dentro del creciente espectro de términos que envuelven el sector.

Por una parte, hay que tener claro que la irrupción de la revolución tecnológica y su entrada en las distintas áreas de la vida, ha venido junto con la multiplicación de la *start-up*, una forma particular de empresa que, siguiendo la línea de su primera versión, surgida alrededor de los años 50 en plena revolución tecno-empresarial en Silicon Valley, hoy en día es sinónimo de emprendimiento centrado en la tecnología, y más particularmente en una plataforma. Tanto es así que, muchas veces, para referirnos a una compañía del sector, decimos simplemente “la plataforma”, cuando en rigor es la tecnología mediante la cual opera la *start-up*. Sea como sea, gracias a esta conjunción, hoy en día las *start-ups* aparecen como emprendimientos agresivos con una estructura mínima.

Por la otra parte, debemos diferenciar claramente entre Capitalismo de datos, Economía de plataformas y Capitalismo de plataformas. El primero, como ya explicamos, lo usamos para referirnos al paradigma surgido de los datos como nueva fuente de materia prima y la serie de tecnologías desarrolladas para recolectarlos y explotarlos, siendo las plataformas y los algoritmos su producto estelar. Mientras que el segundo, por su parte, es para abordar el complejo panorama de *start-ups que operan en base a plataformas*,

recolectando y sistematizando datos en distintos ámbitos y con diversos fines. Así, desde nuestro punto de vista, cada empresa de la economía de plataformas es en esencia una actividad propia del capitalismo de datos; y el capitalismo de datos, por su parte, se expresa en la creciente economía de plataformas, aunque también en otros tipos de negocios. Por eso mismo, vale recalcar que hay empresas que han incorporado plataformas en su día a día, pero que no sustentan toda la actividad desde su funcionamiento ni son *start-ups*. Esto sucede ya sea en la industria dedicada a la fabricación de coches, aviones o incluso en el sector agrícola. Se trata de un campo que se escapa a nuestros intereses. De todos modos, hay autores como Srnicek (2018), que, para abordar este entramado en su conjunto, utilizan el tercer concepto: “Capitalismo de plataformas”, en el cual se incluyen desde plataformas como Facebook hasta las que operan en el sector industrial. No obstante, el objetivo que nosotros perseguimos, y a lo que nos referimos con Economía de plataformas, es a aquellas *start-ups* que articulan toda su estructura, modo de operar, competir u organizar el trabajo alrededor de la plataforma y sus algoritmos.

Dicho esto, para comprender brevemente la gama de áreas en las que hoy en día operan plataformas, vale repasar la caracterización que hace el propio Srnicek (2018), quien postula que existen cinco tipos distintos, cada una destinada a diferentes fines:

- 1- Plataformas publicitarias: como Google o Facebook, que extraen información a los usuarios, llevan a cabo un trabajo de análisis, y luego usan los resultados de ese proceso para vender espacios publicitarios personalizados.
- 2- Plataformas en la nube: es el caso Amazon Web Services o Salesforce. Son propietarias del hardware y del software de negocios que alquilan de acuerdo con las necesidades de los clientes.
- 3- Plataformas industriales: tales como las que utilizan General Electrics o Siemens. Producen el hardware y el software para transformar la manufactura tradicional en procesos conectados por internet, que bajan los costos de producción y transforman bienes en servicios.
- 4- Plataformas de productos: como Rolls Royce o Spotify. Generan ganancias a través de transformar un bien tradicional en un servicio y cobrar un alquiler o tasa de suscripción.

5- Plataformas austeras: más conocidas como plataformas de trabajo, es el modelo que protagonizan *start-ups* como Deliveroo, Glovo y Uber Eats. Se trata de la organización del trabajo a partir de la recolección y sistematización de datos. Son aquellas que intentan generar ganancias actuando como intermediarias para coordinar mercados, ajustando su funcionamiento a partir de la propia plataforma, que es el activo principal, y así reducir al mínimo los activos de los que son propietarias, externalizando el trabajo y reduciendo los costes lo más posible. Están diseñadas para llevar la competencia al límite y expandirse de modo explosivo.

A partir de lo anterior, la ruta del presente capítulo será la siguiente: comenzaremos revisando la estructura, objetivos generales, modo de financiación y el impacto que ha generado la irrupción de la economía de plataformas. Después, haremos un repaso a los aspectos fundamentales del movimiento en su conjunto, poniendo especial atención en el alcance que ha logrado tener en la vida cotidiana y las consecuencias que está generando. Tras ello, entraremos en las plataformas de trabajo, profundizando en los principales puntos que ya esbozábamos en un principio: los distintos tipos de trabajo que existen, cómo se articulan, las características de su funcionamiento, los distintos ámbitos en los que operan, qué posición ocupa el trabajador en el entramado y el discurso desde el cual se han presentado al mundo. Por último, revisaremos cómo todo esto ha tomado forma a través de los icónicos ejemplos de Uber y Airbnb.

2. Objetivos y modo de financiación³⁰

Dado lo tremendamente caro que es construir una plataforma y las enormes posibilidades operativas que ofrecen, el objetivo de una *start-up* al comenzar a operar no puede ser el mismo que el de cualquier negocio tradicional, que generalmente tiene como meta lograr la rentabilidad lo antes posible. La *start-up*, en cambio, se propone revolucionar un cierto sector del mercado, transformando el modo trivial en que se hacen ciertas cosas. Por ejemplo: ver una película (Netflix), escuchar música (Spotify), pedir un taxi (Uber, Cabify), alojarse en una ciudad (Airbnb), pedir comida a domicilio (Deliveroo, Glovo,

³⁰ Este punto está publicado en el blog del Observatorio de Trabajo, Algoritmo y Sociedad, en la entrada titulada: “Objetivos generales y modo de financiación en las plataformas digitales de trabajo” (Diez, 2022b), disponible en:
<<https://observa-tas.org/wp-admin/post.php?post=256&action=edit>>

Uber Eats), hacer trámites bancarios (Xoom, Fintonic, TransferWise), conseguir una persona que cuide a un familiar (Cuideo, Cuidum, Mamushka) o incluso contactar un médico de alguna especialidad específica (Doctoralia, Idactor).

Sea cual sea el camino elegido, el objetivo primero y fundamental es construir la plataforma y comenzar a diseñar los algoritmos que permitan su funcionamiento. Ahora bien, para que efectivamente se pueda desarrollar una plataforma prometedora que pueda entrar a competir, lo que se necesita es una fuerte inyección de capital. Aquí es donde surgen las famosas rondas de financiación, el modelo de recaudación de fondos más difundido en el sector. Es la instancia donde los emprendedores promocionan su idea y describen el plan que los llevará a transformar un sector del mercado. Al frente tienen a capitalistas de riesgo, fondos privados, empresas especializadas e incluso puede haber ciertos competidores, quienes serán los que apostarán por el proyecto y le aportarán el capital necesario para que comience a operar.

Este modelo de financiamiento tiene varias e importantes consecuencias. A diferencia de un negocio tradicional, que se levanta generalmente con el capital de sus propios dueños, ya sea a través de hipotecas, créditos, préstamos o el medio que sea, las *start-ups* no tienen esa presión, puesto que lo suyo es vender una promesa de rentabilidad futura para seducir a inversionistas. De ahí viene lo de “capital especulativo”. Es decir, se trata de un proyecto tan largo, ambicioso y costoso que sería imposible solventarlo con el capital de sus diseñadores. Esto supone una ventaja fundamental para la *start-up*, pues significa que será capaz de operar durante largos periodos incluso bajo pérdidas absolutas, con lo cual puede llevar la competencia a niveles insostenibles para las empresas tradicionales. Cualquier modelo de negocio conocido en la historia -que no sea un fraude flagrante, del tipo empresas piramidales- tiene el requisito máximo de lograr ser rentable en el menor tiempo posible, pero las plataformas no. Incluso pueden entrar a gestionar mercados derechamente no rentables, siempre y cuando estén construidas sobre un proyecto agresivo que *prometa* lograrlo en un determinado momento. En un escenario así, es difícil imaginar que no arrasará con sus competidores, transformando consigo el panorama del mercado, el modo de ejercer el trabajo y también forzando a los futuros emprendedores a que deban ajustar su proyecto a la nueva realidad. Allí radica una parte de la frenética digitalización que han comenzado los distintos sectores y también el éxodo de los que no

han podido seguir la marcha. Se trata de adaptarse a las nuevas condiciones impuestas en la libre competencia. Esto no se da sólo en la famosa guerra entre Uber y los taxis, o de Airbnb y las grandes cadenas hoteleras, sino que es un fenómeno que se difunde y permea hasta espacios mucho más pequeños y cotidianos.

Al capital riesgo, por su parte, en muchos casos ni siquiera le interesa si la *start-up* llega efectivamente a ser rentable o no, ya que siempre puede vender su parte del negocio a tiempo y salir ileso -de ahí también lo de “capital buitres” (Larsen y Rogers, 1986)-. Además, los fondos especializados no invierten en una sola idea, sino que van apostando a varios números a la vez. Así, dado que las expectativas son inmensas, puesto que la *start-up* podría dominar el sector y transformarse en Unicornio, las apuestas pueden mantenerse tranquilamente en el tiempo, ya que basta con que sólo una de ellas cumpla con los retornos esperados para que todo el movimiento sea un éxito. Esto significa que en cada ronda de financiación, la *start-up* puede presentar pérdidas constantes y cuantiosas, pero que, a pesar de ello, los inversores centren su atención en otras variables que puedan indicar un futuro prometedor: número de descargas, cantidad de pedidos realizados o número de perfiles, con lo que en muchas ocasiones se da que sale de allí con una valorización significativamente mayor.

Todo esto queda totalmente claro al revisar las cuentas publicadas por las propias plataformas de reparto en España.

Tabla 1. Resultado por año de actividad³¹

Plataformas de reparto	Resultado del ejercicio (en €)			
Año	Glovo	Uber Eats	Deliveroo	Stuart
2014	-424	38.653		
2015	-614.199	63.222	-934.332	-184.970
2016	-4.524.203	83.401	-5.600.621	-1.317.003
2017	-5.643.789	163.514		-1.646.741
2018	-45.782.556	979.914		-1.599.387

Fuente: elaboración propia

³¹ Información obtenida de la plataforma Axesora en el año 2020, en base a datos del Registro Mercantil.

Dado que son cuentas sólo del ejercicio en territorio español³², debemos centrarnos en Glovo, que es la única que tiene su matriz central en el país, por lo que sus números permiten hacerse una idea más cercana a la realidad. Durante los cinco años que comprende la tabla, Glovo se expandió por el mundo, siempre operando bajo pérdidas e incluso multiplicándolas de un año a otro prácticamente por nueve. Aun así, en 2019 logró no una, sino dos rondas de financiación, de 150 millones cada una, lo que le valió alcanzar el estatus de Unicornio y sostener su política de expansión internacional (Portal Marketing4ecommerce, 2022). Todo esto, sin haber generado un solo céntimo de rentabilidad, ni en España ni en ningún otro territorio.

La única empresa que presenta números positivos, aunque no muy altos si consideramos que en 2019 operaba en 50 ciudades del país, es Uber Eats (Periódico Cinco Días, 2019). La explicación es simplemente porque, al ser un brazo de la central Uber, hay una serie de cuantiosos gastos que no aparecen registrados como suyos, entre los que se cuenta la mantención de la propia plataforma. Deliveroo y Stuart, por su parte, acorde a su modelo económico, presentan pérdidas sostenidas.

En consecuencia, es evidente que se trata de un modelo diseñado para desenvolverse en la más ardua competencia y donde el objetivo es hacer crecer el mercado, al tiempo que se intenta agotar a los rivales. Recordemos que esto es una implicación directa del imperativo de generar efectos de red -más usuario generan más usuarios-. En resumidas cuentas, cualquiera sea el ámbito en el que opere la plataforma, sólo aquellas que logren sobrevivir a este proceso, en teoría deberían alcanzar el umbral de la rentabilidad.

Como vemos, se trata de un mundo altamente especulativo, donde saber vender la idea se transforma en un objetivo prioritario, lo que ha llevado a la creación de verdaderas burbujas financieras entorno a determinadas *start-ups*, que a veces estallan de un momento a otro dejando pérdidas multimillonarias. En este sentido, el caso de Theranos se ha vuelto icónico, cuya historia está brillantemente narrada en el documental de Alex

³² Como se ve, Deliveroo dejó de registrar sus cuentas en España desde el 2016. Es una práctica que extendió hasta finales del 2021, cuando comenzó su Expediente de Regulación de Empleo (ERE) para dejar de operar en el país.

Gibney, “The inventor: out for blood in Silicon Valley” (2019)³³. Se trata de una *start-up* construida sobre una revolucionaria tecnología que permitiría transformar el área de los análisis de sangre, pues, a partir de una sola gota, habría sido capaz de arrojar resultados significativos, que aumentarían la capacidad y el acceso a diagnósticos tempranos para enfermedades importantes, bajando los costes del proceso y logrando un avance en la calidad de vida de las personas. Estaba comandada por Elizabeth Holmes, una joven brillante que representaba fielmente todas las cualidades de los emprendedores del sector -incluso en su forma de vestir, idéntica a Steve Jobs-. El caso es que Theranos logró una financiación millonaria de importantes fondos de inversión, se transformó en una de las principales empresas de la región, empleaba a decenas de científicos e ingenieros y la figura de Elizabeth se hizo realmente reconocida. Todo esto, sólo bajo la promesa de resultados futuros, sin nunca realizar una sola prueba exitosa. Finalmente, aunque se comprobó que todo era un fraude y que su tecnología jamás fue capaz de procesar ningún tipo de análisis -era una caja con un diseño elegante y reluciente, pero totalmente inútil-, dejó al descubierto el modo desvergonzado y especulador que sostiene al sector.

Es por todo ello que este modelo de financiación y acción ha dado paso a un lema propio del sector, que resume a la perfección el espíritu que subyace a su temerario modo de actuar: “*Faked, faked until you maked*” -Finge, finge hasta que lo consigas-.

3. Economía de plataformas: soportes para la vida cotidiana en los nuevos tiempos

Según Morozov (2018), dado que la Gran Recesión de 2008 marcó la tendencia progresiva de los distintos gobiernos a aplicar programas económicos de corte neoliberal basados en la austeridad, el recorte de los servicios sociales y la flexibilización de las regulaciones laborales, las compañías de internet aprovecharon la oportunidad para penetrar en diversos sectores, incluidos aquellos que históricamente fueron del ámbito público. Surgieron entonces una infinidad de *start-ups*, firmemente financiadas, con el

³³ Dejo el documental completo en los Anexos digitales junto a sus subtítulos, se llama “8. Documental - The inventor: out for blood in Silicon Valley”. Pienso que es importante verlo para terminar de dimensionar todo lo que hemos estado explicando en esta sección, además que realmente vale la pena. De no ser así, también se puede encontrar una historia parecida en el documental de Jed Rothstein “WeWork -o la creación y desmantelamiento de un Unicornio de 47 billones-” (2021), que explica la frenética historia de la *start-up* WeWork, la cual también cuenta con su propia miniserie “WeCrashed”.

objetivo de ocupar el espacio dejado por el retroceso de las coberturas sociales, al tiempo que prometían enormes réditos a sus inversionistas. Así es que en pocos años han logrado abarcar e imponer sus condiciones en una diversidad de nichos distintos.

Al ser un sector sumamente novedoso, el mapa de las plataformas en España aún no está del todo claro. Es más, ni siquiera existe un registro oficial, lo cual dificulta enormemente la tarea de seguirles la pista y clasificarlas. Sin embargo, tal como decíamos al comienzo, según el *Start-up overview ecosystem 2019* del Mobile World Capital Barcelona, habría cerca de cuatro mil *start-ups* operando en este mismo momento en el país. Aunque las hay de todos los tipos y en distintas áreas, podemos establecer una diferenciación clave para comprender su modo de operar: aquellas que coordinan oferta y demanda de un mercado específico -las plataformas de trabajo- y aquellas que se enfocan en ofrecer servicios a través del desarrollo de inteligencia artificial en distinto grado.

Así, y para intentar introducir un poco de orden en un entramado tan profundamente complejo, que cambia literalmente día a día y al que las mismas leyes dificultan seguirle la pista, al momento de comenzar la mesa de diálogo social sobre plataformas, en UGT decidimos hacer un mapa exploratorio que permitiera dimensionar el problema. A pesar de que el objetivo era identificar y ubicar a las plataformas de trabajo, aquellas que basan su apuesta en el desarrollo de inteligencia artificial fueron cobrando una importancia cada vez mayor, pues comenzamos a ser testigos de un sector con una muy alta financiación y que no sólo está destruyendo miles de puestos de empleo en diversos sectores, sino que también modifica el modo de ejercer otros tantos³⁴.

La variedad de ámbitos en los que operan es llamativa: en España se pueden encontrar desde plataformas pensadas para la adquisición de hipotecas, alquiler de viviendas, préstamos, inversiones, envío de dinero, compra de acciones o incursión en *cryptocurrencies* (cripto monedas, como el bitcoin), hasta otras dedicadas a la gestión de herencias, testamentos, seguros de salud o de vida, asesoramiento legal, ciberseguridad,

³⁴ Adjunto una versión en PDF del mapa en Anexos digitales, titulada: “9. Mapa exploratorio Economía de plataformas”. A pesar de sus dimensiones, el formato permite ir navegando por sus diferentes ramas. Aunque no es exhaustivo y está en constante crecimiento, sirve para hacerse una idea del fenómeno.

etc. Es un entramado que crece a cada momento y que abarca cada vez más espacios de la vida cotidiana.

En este sentido, Morozov (2018) explica que ha sido tan explosivo el crecimiento y tan ambiciosos los sectores en los que se han inmiscuido las compañías, que en poco tiempo han logrado construir un escenario donde están actuando como un estado del bienestar de servicios privados y personalizados. Si bien una parte de esto se explica por las propias políticas de retroceso en la cobertura de los Estados, también jugaría un papel importante el hecho de que el movimiento empresarial ha sabido generar en la ciudadanía la esperanza creciente de que el sector tecnológico no sólo logre sacar a la economía global de la crisis, sino también porque se espera que produzca la transición hacia un nuevo modelo.

En otras palabras, el surgimiento de las plataformas big tech no se considera como un síntoma de la crisis económica mundial, del debilitamiento de las leyes antimonopolio o de la privatización de los servicios públicos y de otras funciones del Estado; más bien, el surgimiento de las big tech se contempla sobre todo como una solución a todos esos problemas (Morozov, 2018: 52).

De esta manera, para intentar dimensionar el alcance de la economía de plataformas en el día a día y ver cómo se expresa en la práctica aquello que explica Morozov (2018), tomemos como ejemplo el caso que relata Cañigüeral (2020) sobre José Domingo, un conductor de Uber y Lyft en Nueva York que, tras nacer su hija, habría decidido dedicarse a tiempo completo a las plataformas, pues para él la flexibilidad horaria sería imprescindible para poder disfrutar de su familia³⁵.

Cuando comenzó a pensar en hacerse conductor, José Domingo recurrió a la aplicación The Ride Share Guy, que le permitía conocer en detalle cómo funcionaba el trabajo, además de ofrecer la posibilidad de gestionar la obtención de la licencia y el certificado de antecedentes. Al momento de darse de alta en la plataforma, y dado que las empresas

³⁵ Albert Cañigüeral es un “divulgador” conocido en el ambiente por ser un férreo defensor del modelo de trabajo en plataformas. Es paradójico, pero la historia que cuenta sobre José Domingo contradice todas las evidencias de los trabajadores de Uber y Lyft en Nueva York. A quien le interese averiguar sobre estas historias, que tristemente se han vuelto de lo más cotidianas, recomiendo leer: “Precariedad y pérdida de derechos” de Alexandra Ravenelle (2019) y “Uberland” de Alex Rosenblat (2021).

no pueden dar sesiones de formación, sino sólo de *información* -por indicios de laboralidad-, una de las primeras cosas que hizo fue activarse en los foros de UberPeople, donde se pueden resolver dudas a partir de la experiencia de conductores más antiguos. Desde el primer día trabajando, se registró en The Black Car Fund, una plataforma que gestiona fondos de compensación y otras coberturas para conductores. También participa en Independent Drivers Guild, gremio que representa al colectivo en las negociaciones con las aplicaciones, el cual, a través de la plataforma ActionNetwork, logró reunir las firmas necesarias para acordar un salario mínimo por hora. José Domingo además utiliza Inshur, plataforma que permite acceder a un seguro específicamente diseñado para conductores de Uber y Lyft. Por otra parte, mediante la plataforma Hurdle tiene automatizado todo lo referente al pago de sus impuestos, pues está conectada directamente con las que utiliza para trabajar y sólo debe sumar sus gastos. En vez de Google Maps, prefiere SherpaShare para guiarse por la ciudad, ya que está diseñada para indicar las zonas donde hay mayor demanda y las rutas mejor pagadas. También está dado de alta en Betterment, una plataforma que le fue recomendada directamente por Uber, y que le permite ahorrar automáticamente una parte de sus ingresos para su jubilación. Por último, según cuenta Cañigual, utiliza constantemente Appjobs, por si algún día se cansa y busca nuevos rumbos en otras plataformas.

Como vemos, el área de las WorkerTech es una de las expresiones palpables del avance de las compañías tecnológicas sobre ámbitos de protecciones y derechos sociales, y también permite hacernos una idea de la variedad de plataformas que han surgido y su impacto en la vida cotidiana. Además, nos deja claro que se trata de una arremetida en bloque, pues queda retratada la venta de datos entre una plataforma y otra. Según Cañigual (2020), todo este fenómeno habría que comprenderlo como una “reconstrucción del paquete fordista”, donde lo que antes fue un mecanismo de protección colectivo, ahora sería una tarea individual.

4. Plataformas de trabajo³⁶

De esta manera, las plataformas han traspasado los límites de los motores de búsqueda y las redes sociales para entrar de lleno en el mundo laboral, apareciendo como un nuevo modelo de negocios que permite radicalizar la flexibilidad y autonomía. Hablamos de un movimiento que pretende romper las ataduras de los sujetos, luchando a través de la acción en el mercado contra las grandes corporaciones y estructuras legislativas.

Lo fundamental es que se trata una nueva manera de organizar el trabajo a través de la extracción y sistematización de datos, por lo que está basado en la capacidad de los algoritmos para anticiparse a posibles escenarios e identificar la opción más eficiente.

Al recopilar información en tiempo real, la plataforma permite especular la demanda y externalizar la actividad, flexibilizando la empresa y transformando al trabajador en emprendedor; mientras que, al mismo tiempo, los colaboradores deben competir por acaparar trabajo a través de los sistemas de reputación, que empujan a alcanzar el máximo rendimiento y efectividad. Todo lo cual, sin embargo, ha sido puesto en marcha de la mano de un discurso que reivindica la emancipación de los sujetos, quienes ahora tendrían la posibilidad de elegir cuándo, dónde y cómo trabajar.

En el fondo, es una estructura empresarial que se caracteriza por intentar reducir los activos de los que son propietarias y obtener ganancias coordinando transacciones. Por ello es que prácticamente sólo existen en el medio digital y cuentan con una plantilla de trabajadores mínima, compuesta principalmente por programadores informáticos, directivos y algún diseñador o publicista (OIT, 2021).

Mediante este funcionamiento, entonces, han construido un modelo que les ha permitido revolucionar distintos mercados, bajar considerablemente los precios y eliminar poco a poco la competencia. Y es inevitable que así sea: al ser simplemente “empresas de tecnología”, no pagan los mismos impuestos, además de gozar de una mejor reputación y tener mayor acceso a subvenciones (Sadin, 2018); tampoco tienen los mismos gastos, ya que su plantilla es mínima y no deben pagar salarios, cotizaciones, vacaciones ni seguros; sucede lo mismo con los gastos de alquiler de oficinas o infraestructura; y no sólo eso, sino que tampoco son dueñas de algunas herramientas indispensables para el trabajo -

³⁶ Este punto está publicado en el blog del Observatorio de Trabajo, Algoritmo y Sociedad, en la entrada titulada: “¿Qué tipos de trabajo mediante plataformas existen y cuáles son sus condiciones?” (Diez, 2022c), disponible en: <<https://observa-tas.org/wp-admin/post.php?post=258&action=edit>>

salvo la misma plataforma-, ya que corren por cuenta de los colaboradores. Además, todas actúan como comisionistas, cobrando una tarifa al consumidor y al *partner* -si es que lo hay- e imponen los términos bajo los que se realiza la actividad. Así, han dado un golpe inesperado a la competencia, generando cambios vertiginosos en la economía y empujando a sus competidores, cuando no a la desaparición, a situaciones de crisis profundas.

Teniendo claro esto, debemos especificar que el trabajo en plataformas puede ser de dos maneras: online -por web- y offline -según la ubicación-. Nosotros nos centraremos en el segundo, pero debemos dar un pequeño repaso al primero.

4.1 Plataformas de trabajo online

Según la OIT (2021), habría que entender a este tipo de plataformas como aquellas donde los trabajadores realizan tareas o encargos en línea o a distancia. Distingue la utilización de tres mecanismos fundamentales en su organización: concurso de propuestas, competencia y la asignación de microtareas.

a) Concursos

También conocido como *crowdwork*, consiste en que la prestación de un servicio tradicional, generalmente realizado por sólo un trabajador, es subdividido hacia un gran número de personas a través de una convocatoria mediante la plataforma, la cual va organizando el proceso de trabajo. La empresa dueña de la plataforma cobra un porcentaje por el servicio realizado y el modelo sirve para prácticamente cualquier tipo de negocio en que se ofrezca algún servicio en línea. De esta manera, existe la posibilidad de que la oferta del trabajo pueda extenderse a nivel global, lo que aumenta significativamente la competencia y disminuye los precios. En un caso así, según explica Fernández et al. (2018), las leyes laborales de los distintos países entrarán en una competencia desregulatoria, ya que los trabajadores de países más protectores quedarán inevitablemente fuera de la “subasta”; y entre aquellos cuyo marco legal lo permita, sólo los que estén dispuestos a trabajar por el menor precio se adjudicarán el trabajo. “De esta forma, tristemente los derechos locales (nacionales) de los trabajadores pasan,

directamente, a ser un impedimento para poder entrar en el mercado laboral mundial” (Fernández et al., 2018: 14).

b) Competencia

Por otra parte, las plataformas también han sustentado el avance del *crowdwork* online de concursos o competitivo. Se trata de un modelo que generalmente se usa para ofertar tareas complejas, como resolver ecuaciones matemáticas o programación informática. En este caso, en vez de contratar a un equipo de expertos para que resuelvan la cuestión, las empresas deciden poner el trabajo en la plataforma a modo de llamamiento. Esto, entonces, tal como dice Amazon Mechanical Turk en su página web, significa “una manera de administrar de manera efectiva la mano de obra y los costos generales asociados con la contratación y administración de una fuerza laboral temporal” (Amazon Mechanical Turk, 2022).

c) Microtareas

Se trata de subdividir un determinado trabajo en múltiples ejercicios fáciles, repetitivos y de corta duración, que ejecutan distintas personas a lo largo y ancho del mundo, mientras que la plataforma va recopilando y ensamblando los resultados hasta llegar al objetivo buscado. Hoy en día se usa bastante para entrenar a los algoritmos de inteligencia artificial. Por ejemplo, el coche autónomo de Google necesita reconocer distintos tipos de objetos para guiarse en la ciudad. Pues bien, esto se logra a través de una tarea fácil y repetitiva que se encarga a este tipo de plataformas, donde la persona que asume el trabajo debe ir reconociendo objetos y etiquetándolos: perro, semáforo, prohibido el paso, peatón, etc.

Implica un proceso en que se baja de forma considerable la formación necesaria para la realización de un trabajo determinado, ya que es subdividido en pequeñas tareas simples y sencillas que ejecutan distintas personas sin contacto entre sí, lo cual también permite bajar la remuneración.

Aunque, en general, en las plataformas de trabajo la forma de retribución típica es el pago por tarea realizada, independientemente del tiempo utilizado, cabe mencionar que en este sector la remuneración no siempre está asegurada, ya que hay plataformas en las que el cliente puede decidir si el trabajo merece ser pagado o no y por cuánto, aun cuando tiene

el derecho a quedarse con el producto. Nuevamente el mejor ejemplo es Amazon Mechanical Turk, que además cobra una tarifa adicional del 20% sobre el monto total del pago realizado a cada trabajador por haber coordinado el negocio.

4.2 Plataformas offline o según ubicación

Aquí es donde encontramos a nuestras plataformas de reparto: Uber Eats, Glovo y Deliveroo. Se trata de actividades coordinadas por plataformas en las que es imprescindible estar en un lugar específico, ya que se realiza de forma presencial: entregar un pedido, limpiar un hogar, armar muebles, transportar pasajeros, alojar huéspedes, etc. Esta es la estructura de un sinnúmero de *start-ups* que pretenden coordinar ciertos mercados, “poniendo en contacto a personas”, y donde el desarrollo de los sistemas de reputación para organizar el trabajo ha jugado un papel fundamental. Bajo este formato, el negocio puede centrarse en dos focos: alquiler de bienes o servicios.

a) Plataformas de alquiler de bienes

El mercado de alquiler de bienes mediante plataformas se concibe precisamente en contraposición a la economía tradicional, donde los bienes en el mercado son provistos por empresas. Hoy en día, en cambio, gracias a los avances tecnológicos, cualquier persona puede ofrecer sus bienes directamente al mercado a través de una plataforma digital, sin tener que estar inserto en una organización empresarial o cumplir con los requisitos de la legislación vigente (patentes, tasas, alta de autónomo, etc.). Ejemplo de ello es Airbnb, donde el servicio prestado, si bien obviamente existe y es fundamental, es totalmente accesorio o irrelevante frente al bien, que es el motivo y centro de la relación (Fernández et al., 2018).

Aquí la plataforma actúa como una coordinadora del mercado, poniendo en contacto a propietario y consumidor. Sin embargo, en la gran mayoría de los casos es la misma empresa la que establece las condiciones del negocio: determina las tarifas, coordina los pagos e impone los requisitos y obligaciones, de modo que actúa marcando los límites y pautas de la actividad. Además, su labor de mediación está basada fundamentalmente en los sistemas de reputación, gracias a los que puede mantener un seguimiento minucioso del comportamiento de los usuarios. En efecto, dado que el éxito de la plataforma depende directamente del desempeño de los propietarios del bien, los sistemas de reputación

juegan un papel crucial. Como sabemos, es poco probable que un anfitrión de Airbnb con una reputación baja y malos comentarios tenga demanda, pues *presumiblemente* no será una buena experiencia. Los usuarios -propietarios y consumidores-, por su parte, aceptan todo esto a cambio de moverse más fácilmente en el mercado, mientras que la plataforma cobra un porcentaje por la coordinación.

b) Plataformas de servicios

Cuando centramos el foco en un servicio prestado a través de una plataforma, el asunto se complejiza de inmediato y salen a luz los debates sobre si hay relación laboral o si la legislación de cada país está preparada para regular el modelo. Al igual que en Airbnb, bajo esta forma el trabajador tampoco forma parte de la empresa ni recibe un sueldo estable, sino que cobra por cada tarea realizada. La plataforma, por su parte, no ofrecería ningún servicio, sino que sólo coordinaría oferta y demanda al poner en contacto a trabajador y consumidor, encargándose de asignar trabajo a cada uno de los colaboradores según los parámetros de los sistemas de reputación. Así, las empresas pueden aumentar la oferta de trabajo o disminuirla según las necesidades en tiempo real. Es bajo este modelo que se consolida lo que se conoce como *gig economy* o economía de pequeños encargos, y la *on demand economy* o economía bajo demanda, donde se enmarcan nuestras empresas de reparto.

Entendido esto, revisemos a grandes rasgos algunos de los ejemplos más ilustrativos del sector de los servicios offline, para que quede claro de qué modo están modificando los presupuestos sobre el trabajo y la forma de ejercerlo.

- Plataformas de cuidados

Ponen en contacto a un profesional de los cuidados con un usuario que necesita sus servicios. El modelo de trabajo más extendido es el de autónomo, que además es un requisito para poder darse de alta en las plataformas y comenzar a competir. No obstante, hay algunas que sí requieren de un contrato laboral, aunque generalmente es bajo el

Régimen Especial de Empleadas del Hogar, y en ningún caso lo asume la empresa, sino que ella sólo asesora en la operación -donde también cobra una tarifa³⁷.

Uno de los principales atractivos del sector es que se ofrece una variedad de candidatos a los clientes, quienes pueden acceder a perfiles detallados y a la calificación formulada por las constantes evaluaciones a través de los sistemas de reputación, que permiten guiarse en el proceso de selección. Junto con ello, ofrecen ciertas ventajas, como periodos de evaluación sin costes adicionales, donde el cliente puede decidir si se siente cómodo con el profesional seleccionado. Todo esto lo resume a la perfección la compañía Mamushka³⁸, que permite al cliente rotar los profesionales hasta encontrar al indicado, mientras que si el profesional abandona su puesto, es sancionado con puntuaciones negativas, lo cual incide directamente en futuras selecciones.

Además, un negocio complementario en el que están incursionando las empresas de este sector es ofrecer capacitaciones a los trabajadores para que posean un perfil más completo y aumenten las probabilidades de ser seleccionados. Hay plataformas donde se cobra por dar cursos de comida española a los cuidadores extranjeros, ya que les permitiría entregar un mejor servicio y haría sentirse más cómodo al cliente.

- Plataformas de limpieza

Su funcionamiento es casi idéntico a las de cuidados y también han tenido un notable crecimiento en los últimos años. No obstante, hasta donde se sabe, aquí los contratos laborales brillan por su ausencia. Por ejemplo, la página web de la plataforma Cleanzy³⁹ pone a modo de referencia la siguiente pregunta: “¿Los profesionales que vienen a limpiar son empleados vuestros?”. Y la respuesta es contundente: “Nuestro objetivo es facilitarte la vida. Cada profesional de limpieza que se registra en nuestro sistema trabaja como empleado del hogar independiente pero utiliza la infraestructura tecnológica de Cleanzy para conseguir una mayor cartera de clientes. ¡Igual que tú!” (Cleanzy, 2022). Queda totalmente claro el trasfondo de la respuesta. Es un sector donde no hay trabajadores ni

³⁷ Esto supone un problema para la acción sindical, pues, ante los casos de fraude, el conducto regular sería denunciar al empleador, cuando ha sido la plataforma la que ha impuesto las normas de la relación.

³⁸ Disponible en: <<https://www.mamushkaseleccion.com/como-trabajamos.html>>

³⁹ Disponible en: <<https://cleanzy.com/es-es>>

empleadores, sólo emprendedores y consumidores que utilizan la plataforma para moverse con mayor agilidad en el mercado⁴⁰.

Consecuentemente, el modelo de trabajo es similar al de los repartidores, y los limpiadores van de casa en casa cumpliendo tareas. También se pueden programar filtros para encontrar un servicio totalmente personalizado, y hay plataformas en las que aquello se transforma en una subasta. Por ejemplo, en Clintu se puede programar específicamente qué tareas debe realizar la persona, el día y horario deseado y cuánto se está dispuesto a pagar por aquello. A partir de esa información, la plataforma arroja un porcentaje indicando la probabilidad de que la oferta sea aceptada. Todo lo cual, evidentemente, lleva a que aumente la competencia entre los trabajadores y los precios vayan a la baja⁴¹.

- Guías turísticos

Es uno de los sectores más llamativos, no sólo porque no existen los contratos laborales, sino también porque hay algunas plataformas que supeditan las retribuciones de los trabajadores únicamente a la voluntad de las propinas. Si bien están aquellas que cobran una tarifa a los pasajeros por el servicio ofrecido y pagan otra por trabajo realizado a los guías, en los últimos años han crecido significativamente las que ofrecen sus servicios de manera gratuita.

Basta con entrar a la plataforma, dejar unos pocos datos de contacto e inscribirse al *tour* deseado. Al poco tiempo después, llega un correo para confirmar asistencia, junto con unas pequeñas instrucciones para el día seleccionado. La modalidad recurrente es que el guía estará esperando a la hora y en el lugar indicado bajo un paraguas de cierto color. Terminado el recorrido, simplemente se da propina según la voluntad. Aunque el guía, por su parte, debe pagarle un porcentaje de lo recolectado a la plataforma, que es la que ha coordinado el negocio.

⁴⁰ Recomiendo leer esta nota de prensa dedicada a la plataforma MyPoppins, tras una de sus rondas de financiación, disponible en:
<<https://elderecho.com/mypoppins-cierra-una-ronda-financiacion-millon-euros-liderada-fondo-san-francisco>>

⁴¹ Para acceder a la programación del servicio es necesario hacerse una cuenta, de modo que no se puede poner el enlace acá, pero dejo la página principal:
<<https://clintu.es/es>>

A pesar de que la plataforma no puede establecer el contenido de los *tours*, sino que simplemente sería un mediador para que los guías muestren al público los programas que han creado, sí los controla a través de los sistemas de reputación. Efectivamente, terminado el recorrido, los asistentes tienen la posibilidad de evaluar al guía, con lo que la plataforma sabrá exactamente quién está haciendo bien su trabajo y quién no.

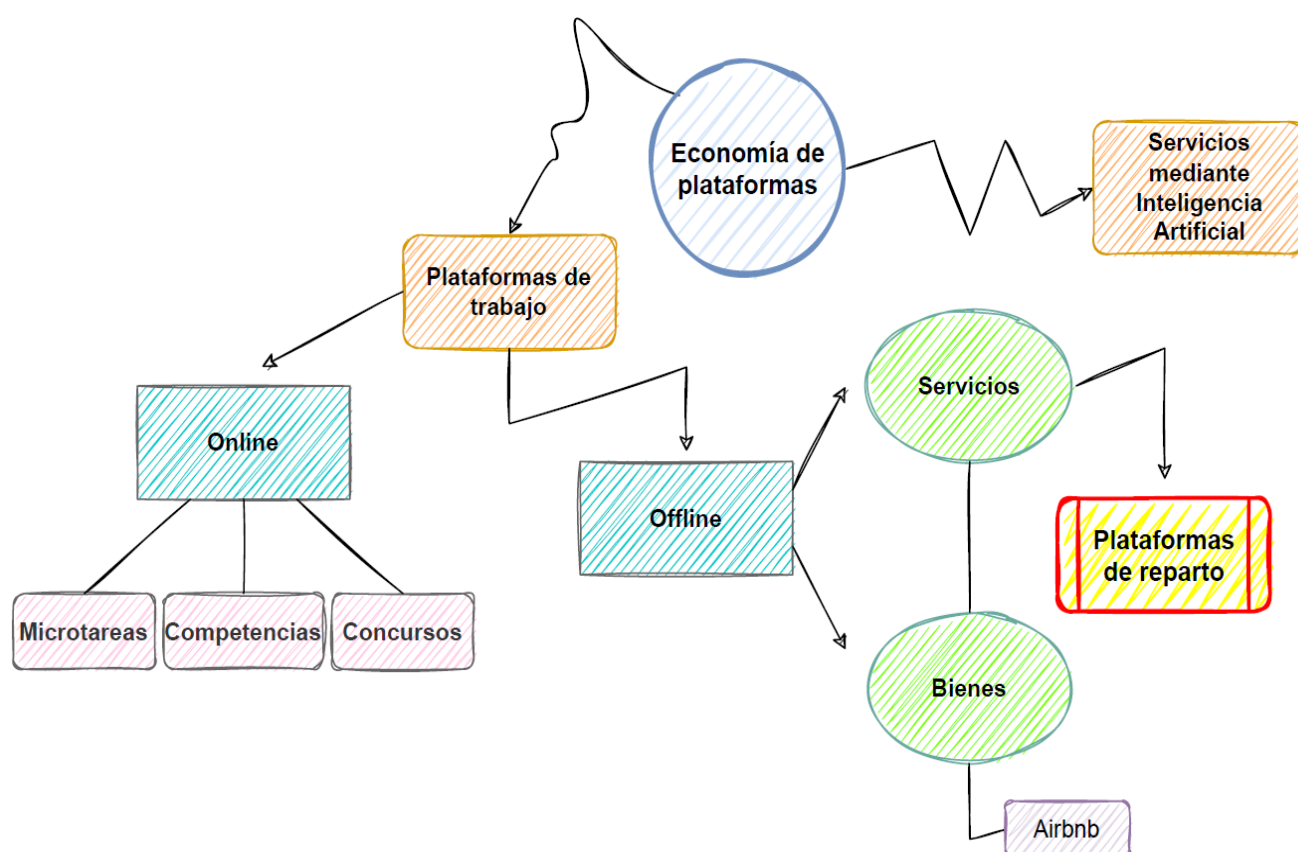
- Plataformas de salud

Es otro de los sectores que ha tenido un crecimiento imprevisto en los últimos años y donde se puede encontrar una amplia variedad de opciones. Aquí marcan una profunda diferencia aquellas empresas que ofrecen servicios a través de inteligencia artificial, puesto que han logrado desarrollar tecnologías que han significado un adelanto considerable para profesionales y pacientes, facilitando el acceso a diagnósticos e información. Como se puede sospechar, se trata de un sector donde los datos que nutren a los algoritmos son tremendamente delicados y valiosos, lo que también ayuda a entender su auge. A partir de estas fuentes de información, las plataformas de salud están experimentando en negocios con laboratorios farmacéuticos, seguros de salud, hospitales e incluso algunos gobiernos -como es el caso de Francia- (Sadin, 2018), lo que les ha permitido hacer crecer una red de gestión privada altamente personalizada.

Por su parte, las plataformas de salud para trabajar, que ponen en contacto a profesional con paciente, cubren un amplio espectro. Las hay desde aquellas que ofrecen atención psicológica, pasando por fisioterapeutas, hasta todo tipo de médicos de diversas especialidades. El modelo de trabajo generalizado nuevamente es el autónomo, de modo que la plataforma simplemente coordinaría el mercado. También se puede calificar a los profesionales mediante los sistemas de reputación, generando competencia y bajando los precios. Así, por ejemplo, hoy es tremendamente sencillo conseguir a un fisioterapeuta para que vaya a casa del paciente con todo el material necesario -camilla incluida- en unas pocas horas. La plataforma establece la tarifa, coordina los pagos y luego permite calificar el servicio del profesional.

Revisemos el siguiente esquema para que todo lo que hemos visto en esta sección vaya quedando claro:

Esquema 1. Plataformas de trabajo



Fuente: elaboración propia, tomando como referencia a OIT (2021) y Fernández et al. (2018).

En cualquiera de los casos, los esfuerzos de las empresas estarían centrados en dotar de un nuevo aire al mercado, intentando democratizarlo y hacerlo accesible a cada sujeto para plagarlo de sus potenciales. Lo fundamental es tener en cuenta que todas estas manifestaciones productivas, posibles gracias al acelerado cambio tecnológico, dado que permiten a los ciudadanos ofrecer sus productos o servicios mediante herramientas virtuales, fomentan también nuevas oportunidades de empleo, modalidades de trabajo flexibles y fuentes de ingresos, con lo que van creando un escenario que transforma las ideas establecidas sobre el trabajo y el sujeto trabajador. De este modo, ya existen trabajadores autónomos que explotan sus recursos, talentos y tiempo en distintas plataformas de manera simultánea y según requiera la demanda, transformándose cada uno en una pequeña empresa multiservicio.

En síntesis, las principales características en el modo de operar de las plataformas de trabajo son:

- Desarrollo de algoritmos para la organización del trabajo.
- La posibilidad de emprender a partir de recursos y servicios ordinarios.
- La desaparición progresiva de los mandos intermedios -a manos de los algoritmos-.
- La desaparición progresiva de los centros de trabajo.
- Pago por tarea realizada.

Quisiera poner un último ejemplo para poder dimensionar el alcance de todo esto, aunque quizás venga muy de cerca.

Mi madre ha sido tejedora toda su vida. Aprendió el oficio en la familia, ya que mi abuela le enseñó a ella y sus tres hermanas desde que eran pequeñas. Siempre ha dicho que es como una “arañita”, porque en realidad se pasa la vida tejiendo. Teje en distintos tipos de telares, con palillos, a croché y hasta con las manos. También sabe coser y bordar. Es una artesana. El año 2011 junto a una de sus hermanas se decidieron y pusieron su propia tienda: Penélope. Ahí venden todo lo que hacen, desde muñecas hasta cubrecamas, pasando por chalecos, vestidos y un sinfín de cosas, incluso cortinas. Como los alrededores de nuestra ciudad son marcadamente rurales, consiguen lana “en bruto” y aprendieron a teñirla con elementos naturales y a ovillarla con una rueca. Es decir, prácticas y saberes que ya casi no se encuentran. En Chile tejer es un pasatiempo habitual -totalmente feminizado-, de modo que, a pesar de que su tienda es un negocio pequeño y de barrio, sienten la presión de la fuerte competencia que hay en el mercado. Las importaciones, los productos sintéticos y la venta online han bajado muchísimo los precios y poco a poco están logrando la extinción del sector tradicional. Así las cosas, durante el año 2021, y a consecuencia de la crisis generada por el COVID-19, hubo un momento en que el negocio ya no resistía. Justo en ese momento aparecieron las plataformas. Un joven visionario de la ciudad se ganó un proyecto con fondos públicos para crear una plataforma que agrupara a los emprendimientos de la comuna y les permitiera digitalizarse, a los cuales les cobraría una tarifa mensual por utilizar y aparecer en su aplicación. Ante un panorama marcado por la incertidumbre y la huida de los clientes hacia las grandes tiendas y la compra online, el proyecto aparece como la única alternativa para mantener el negocio a flote.

Incluso en un sector como este, que costaría imaginar que sería alcanzado por los efectos de la competencia voraz, el único medio de mantenerse vigente es aprendiendo a

adaptarse a los nuevos parámetros impuestos. Las plataformas son tanto el problema como su solución.

La economía colaborativa

Como sabemos, esta arremetida de las plataformas en el mundo laboral ha venido de la mano de un discurso acorde a los valores fundacionales del movimiento, que intenta presentarlas como un instrumento de empoderamiento para los sujetos. Se trata de una puesta en escena basada en los principios de la filosofía gerencial californiana y sus pegajosas publicidades, que invitan a ser el propio jefe haciendo el bien (Sadin, 2018). Los CEO's de las modernas *start-ups* han heredado la ideología de sus antecesores y han sabido seguir el hilo argumentativo para que sus aplicaciones aparezcan como emprendimientos que luchan contra las absurdas trabas burocráticas, intentan aportar al bien común y *hacer del mundo un lugar mejor*. Esa es la matriz de la actual economía colaborativa, un movimiento empresarial que vendría a develar los desajustes internos de un modelo en crisis, intentando liberalizarlo y descentralizarlo para superar las regulaciones anticuadas que inhiben el potencial de acción de los sujetos, intentando situarlos en el centro de la escena económica.

A pesar de que hoy en día es un concepto que ha ido siendo superado cuando se piensa en la economía de plataformas, puesto que las evidencias han demostrado que guardan poca o nula relación, sí ha sido la clave escogida para presentarse en sociedad y el pretexto sobre el que se ha construido todo el entramado operativo. Es por ello que debemos comprenderla ya no como un rótulo que designa los mecanismos del trabajo, sino más bien como el trasfondo discursivo de todo el movimiento empresarial, al cual todavía hacen referencia constante, aunque no explícita, intentando apelar a un espíritu de liberación y emancipación. De este modo, y a pesar de que a lo largo del trabajo ya hemos ido desarrollando las bases del concepto, vale que hagamos algunas puntualizaciones que son fundamentales para terminar de ir atando algunos elementos claves que han marcado el recorrido que hemos hecho a lo largo de este marco referencial.

Si bien se trata de una corriente que viene cobrando fuerza hace ya varios años a partir de los movimientos contraculturales, es realmente en 2013-2014 cuando comienza a expandirse y entrar en los círculos dominantes gracias a las plataformas de trabajo (Slee,

2015), y lo hace rompiendo con las lógicas de cooperación primarias y con un crecimiento realmente explosivo. Más allá de las abstracciones y de cómo pudo haber sido en el pasado, la economía colaborativa, tal como la conocemos hoy en día, vendría a ser la culminación de los ideales fundacionales de la revolución tecno-empresarial surgida en la década de los 60. Así, aparece sustentada en todo un entramado lingüístico para promocionar sus mecanismos de organización del trabajo basados en la meritocracia y la reputación, donde diferentes *starts-ups* actuarían como intermediarias para llevar sus revolucionarias plataformas hasta cada sujeto, con el fin de hacer más accesible el mercado, liberarse de las ataduras salariales y comenzar a emprender. El discurso apela a que se trataría de una manera inteligente y reivindicativa de usar los mecanismos del mercado, aprovechando las nuevas tecnologías para potenciar la iniciativa individual. Se trata de botar las barreras y que cada cual pueda rentabilizar sus recursos y talentos sin grandes trámites de por medio. Tal como lo define Douglas Atkins⁴²:

“Me refiero a un número enorme de personas, con una identidad compartida, movilizadas para pasar a la acción y hacer dos cosas: fomentar la economía de colaboración entre iguales y luchar por sus intereses colectivos contra obstáculos injusto y excesivos” (citado en Slee, 2016: 32).

Una de las consecuencias fundamentales de esta puesta en escena, donde nosotros debemos prestar especial atención, es que, tal como veíamos a partir de la figura del emprendedor *hacker*, aquí emprendimiento y reivindicación aparecen de la mano, perfectamente unidos, pues se trata de un movimiento que llama constantemente a mantener una lucha en el mercado contra las regulaciones que protegen el *statu quo*. Es el intento de articular una suerte de *hackeo* colectivo al sistema. En efecto, aquellas “trabas”, “barreras”, “estructuras”, “obstáculos” o “protocolos burocráticos”, en realidad son las regulaciones del mercado y el trabajo democráticas propias de cada país, más o menos restrictivas según se quiera ver. Y cada sector tendría su lucha particular: Uber vs las licencias VTC; Airbnb vs las patentes y seguros; Glovo y Deliveroo vs las cuotas de autónomos -que son, recordemos, las cotizaciones a la Seguridad Social-; las plataformas

⁴² Douglas Atkins es un activo defensor de la economía colaborativa, cofundador de la compañía Peers - organización que financia y protege los intereses de estas empresas- y director global de Comunidad y Movilización en Airbnb.

de limpieza vs el Régimen Especial de Empleadas del hogar, etc. Pero todas tienen un enemigo común: la ajenidad y dependencia de la relación laboral, que coarta la autonomía y flexibilidad. Es decir, se trata directamente de una lucha política que se libra en distintos campos: los tribunales, la prensa, el lobby, los trabajadores, las redes sociales y fundamentalmente en el mercado. Sea cual sea el espacio, el hilo conductor del movimiento es el relato en el que se enmarca, donde se intenta mostrar a las regulaciones como mecanismos que reproducen la desigualdad.

En la práctica, todo esto ha tomado la forma de un movimiento vanguardista que apela al consumo responsable, el optimismo tecnológico, la ecología y la horizontalidad -a lo indiscutiblemente *smart*-; donde cada uno tendría lo necesario para cambiar el mundo y el objetivo sería conseguir sumar esas voluntades a través de su coordinación en el mercado. Es así como la economía de plataformas, sustentada en la estrategia discursiva de la economía colaborativa, intenta aparecer como un movimiento ciudadano. Esto será clave para lo que veremos más adelante.

En consecuencia, la constante promoción del emprendimiento como un valor en sí mismo ha logrado crear una imagen donde las *start-ups* de la economía colaborativa representan la extensión de la metáfora fundacional del garaje, aquel relato que mistifica el trabajo apelando a una esencia pura y apasionada, como envuelto en un aura de intuición y autogestión que da vida propia a las compañías y las hace parecer más auténticas, como si estuvieran guiadas por convicciones y pasiones que van más allá de los fríos cálculos económicos, y no como organizaciones que, entre otras cosas, se proponen transformar o tumbar leyes. Los ejemplos sobran en los sitios web de las multimillonarias empresas relacionadas a la economía de plataformas:

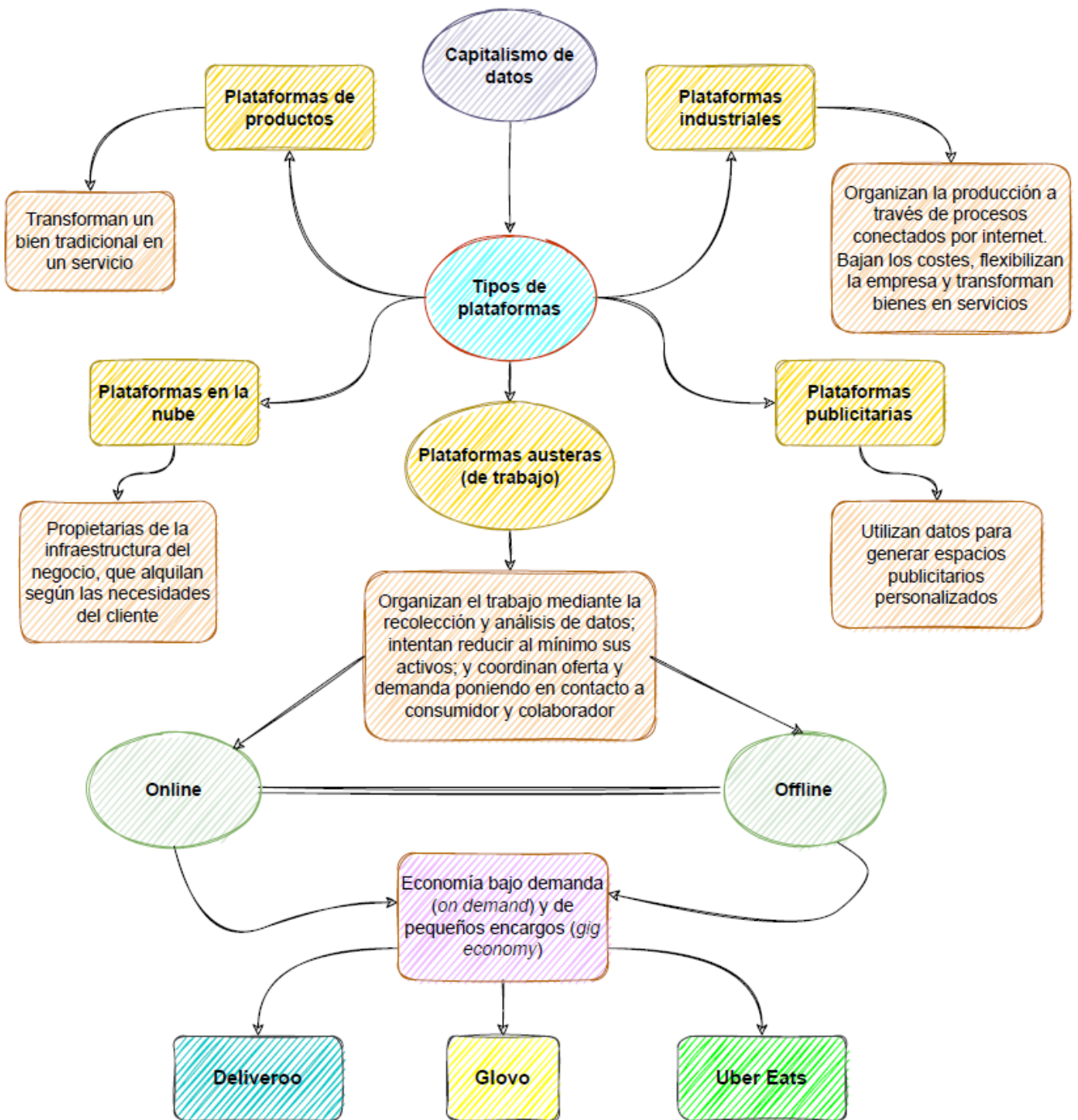
- Couchsurfing: “Los usuarios de Couchsurfing comparten sus vidas con la gente que conocen, fomentando el intercambio cultural y el respeto mutuo”.
- Airbnb: “Nuestra comunidad está formada por usuarios apasionados y dispuestos a explorar y enriquecer el mundo compartiendo espacios. Te invitamos a sumarte al movimiento y entrar a formar parte de nuestra historia”.

- TaskRabbit: “Bienvenido a la comunidad TaskRabbit, un mercado dedicado a empoderar a la gente para que haga eso que adora”.
- Zipcar: “La comunidad no versa solo sobre el concepto de compartir coche, sino sobre la gente que lo hace realidad: un equipo que trabaja con ahínco, socios que creen y organizaciones que están tomando decisiones conscientes de cara al futuro” (citado en Slee, 2015: 195).

A fin de cuentas, según Sadin (2018), esta era de la tecnología es la era de la producción conjunta de artefactos y discursos, pues lograron desarrollar una artillería retórica sofisticada, donde lo creativo, la desintermediación, lo colaborativo y participativo, la distribución, horizontalidad y flexibilidad aparecen con una connotación casi contracultural (Sadin, 2018)⁴³.

⁴³ Para que quede totalmente claro y ejemplificado lo que hemos revisado a lo largo de este marco referencial, recomiendo ver el primer capítulo de la serie televisiva de Uber: “Super pumped: The battle for Uber”, titulado “Grow o Die” -Crecer o Morir-. Allí se expone a la perfección la visión y el espíritu que hemos intentado captar, y también nos dará pistas sobre lo que veremos después. Dejo el capítulo completo en Anexos digitales junto con los subtítulos, se llama “10. Super Pumped. The battle for Uber – Grow or die - 1x1”.

Esquema 2. Economía de plataformas



Fuente: elaboración propia en base a Srnicek (2018) y OIT (2021).

Los mejores ejemplos: Uber y Airbnb

Revisemos a modo de ejemplo los icónicos casos de Airbnb y Uber, que además son particularmente ilustrativos, pues más allá de ser los dos gigantes de la economía de plataformas, uno está centrado en el alquiler de un bien y el otro en un servicio.

Airbnb, hija ilustre de Silicon Valley, es un portal de alojamientos que permite poner en contacto a personas para que puedan actuar como “anfitrión” o “huésped”⁴⁴, fomentando una dinámica colaborativa que sería una posibilidad al margen de las grandes cadenas y que realza el valor del servicio persona a persona -*peer to peer*-. La gracia es que permite encontrar un lugar para hospedarse prácticamente en cualquier parte del mundo a un precio accesible y sin grandes trámites de por medio, ya que todas las gestiones están mediadas por la plataforma, incluso los pagos. Además, se estaría *colaborando* con un mortal común y corriente, que gana un dinero extra a partir de un recurso infrautilizado.

Para ser anfitrión de Airbnb no hay que hacer nada especial, simplemente registrarse en la aplicación, subir fotografías del lugar ofertado -puede ser una cama, habitación, un piso o incluso una casa en la playa-, una descripción, una pequeña reseña de presentación personal y las ventajas y comodidades que se ofrecen. Nada más. Ni darse de alta como autónomo, ni licencia turística, ni seguros, ni nada parecido. Y para alquilar es lo mismo: se debe entrar en el portal, crear una cuenta, escribir un pequeño perfil, escoger el sitio, esperar a que el anfitrión acepte y listo. No cuesta más que algunos clics y se tarda sólo cinco minutos.

Con este sencillo modelo, desde su lanzamiento en 2008, Airbnb se ha transformado en el mayor sitio de hospedajes en el mundo, sin contar con una sola cama. Actualmente, según su página web, ofrece alojamientos en 100.000 ciudades, abarcando más de 191 países y regiones, todo con tan solo 34 oficinas repartidas; habiendo coordinado más de 500 millones de transacciones a lo largo de su historia. En el 2020 la aplicación estaba valorada por sobre los 87 mil millones de dólares (Reuters, 2020), superando a la primera cadena hotelera del mundo.

⁴⁴ Su nombre viene porque sus fundadores, Brian Chesky, Joe Gebbia y Nathan Blecharczyk, compartían piso, y al subir un 25% el alquiler de un momento a otro, Blecharczyk tuvo que dejar el lugar, por lo que Chesky y Gebbia decidieron poner un colchón hinchable (*airbed*) y alquilar la habitación, ofreciendo además un desayuno (*breakfast*). Así quedó como Airbnb, haciendo un juego de palabras con la expresión “*bed and breakfast*” de los hospedajes clásicos.

Sin intentar entrar en detalles profundos sobre cómo funciona la aplicación y su modelo (cuánto cobran por anuncios con visibilidad especial o las experiencias turísticas que últimamente ofrecen), su gran ventaja está en su simpleza, en el precio y en que es una vía alternativa -ideológica y práctica- a los medios tradicionales. No obstante, es evidente que el secreto de su tremenda rentabilidad no radica en la comodidad de su infraestructura ni en el trato de su personal, pues no posee ninguna de ellas, sino en posicionar bien a la plataforma de cara al público gracias a la efectividad de su sistema de reputación y en cobrar una comisión por coordinar cada transacción, que rodea el 15%.

Uber, por su parte, otro hijo ilustre y portavoz del espíritu de Silicon Valley, a diferencia de Airbnb se basa en la prestación de un servicio. También en forma de aplicación digital, se trata de un portal donde se encuentra un coche con chófer que lleve a un destino. Prácticamente lo mismo que un taxi, pero en su versión revolución digital y, por supuesto, más barato y colaborativo. La gracia de Uber es que en la aplicación se debe señalar el lugar donde se está y al que se va, y según la demanda de cada momento, los algoritmos calculan el precio del trayecto en tiempo real, el cual, independientemente de lo que suceda después, no puede cambiar. Es rápido, sencillo y personalizado.

A primera vista, parece una idea no muy revolucionaria, pero estamos hablando de la *start-up* más grande del mundo, símbolo de la revolución económica digital, que cuando salió a la bolsa, en mayo del 2019, se valoró en 82.000 millones de dólares (Periódico Expansión, 2019a). Ha sido tan profundo su impacto en el mercado que, de hecho, todo el proceso de transformación en las relaciones laborales impulsado por la economía de plataformas, generalmente se conoce como “uberización” de la economía.

Uber nació una noche lluviosa en París, en 2008, cuando el polémico Travis Kalanick -ya destituido como CEO por las constantes investigaciones en su contra- y Garrett Camp no conseguían parar un taxi. Poco tiempo después, el 2019, se estrenó en San Francisco. Hoy en día, según su página web, está presente en más de 700 ciudades de 70 países en todo el mundo.

A diferencia de Airbnb, para ser “Socio Conductor” de Uber en España hay que estar contratado en una flota de coches, pero eso va variando según la legislación de cada país. Por ejemplo, en Chile simplemente basta con tener 21 años, sin antecedentes penales, poseer licencia de conducir, el permiso de circulación del coche, una cuenta bancaria para

recibir el dinero y un teléfono móvil con internet y llamadas. Y listo, a emprender. Uber se queda con el 25% de cada tarifa, el resto es para los conductores. Y si surge algún problema (han ocurrido muertes, violaciones, robos, entre una larga lista)⁴⁵, el caso es igual: Uber no se responsabiliza frente a nada, básicamente porque alega que no tiene nada que ver.

El modelo de ambas empresas es prácticamente el mismo. A partir de rondas de financiación de capital riesgo, van acumulando dinero para invertirlo en la propia plataforma e ir expandiéndose a ritmo vertiginoso por distintos países. Como han llevado el lema de la flexibilidad hasta extremos impensados, ya que prácticamente no tienen asalariados, y como se trata “sólo” de aplicaciones de internet, comienzan a operar en los distintos lugares sin grandes trámites de por medio, incluso muchas veces transgrediendo flagrantemente la legalidad vigente. Basta con recordar el nutrido historial de Uber en España⁴⁶. Se presentan ante la sociedad como el futuro de la economía y del trabajo, y a partir de ahí comienzan una intensa lucha por ir llevando la legislación a su favor. Uber, por ejemplo, para el 2015 había creado la fuerza de presión política más grande de Estados Unidos, con presencia en casi todos los gobiernos estatales. Contaba con 250 miembros y 29 lobbies registrados en congresos estatales de toda la nación, al menos un tercio más que Wal-Mart. Los funcionarios municipales decían no haber visto nunca nada a semejante escala (Slee, 2015). Una estrategia que, sin embargo, dio gigantescos frutos en 2020, cuando junto a Lyft, Instacar y Postmates protagonizaron la campaña política más cara de la historia de California y lograron tumbar mediante plebiscito la famosa ley AB5, que resguardaba a los trabajadores de plataformas⁴⁷.

Airbnb no se queda atrás, más allá de su planteamiento mediático como alternativa horizontal, colaborativa y de “bien común”, donde sus anfitriones serían personas comunes y corrientes, la realidad demuestra otra cosa. Muchos anfitriones dejan sus casas para alquilarlas -hay casos dramáticos al respecto- y la gran oferta proviene de empresas dedicadas al turismo, compañías inmobiliarias o particulares con varias propiedades, que

⁴⁵ La web está plagada de relatos de anfitriones, pasajeros, repartidores, conductores, reparadores, cuidadores, cocineros, etc. que han vivido situaciones que transgredieron sus derechos.

⁴⁶ Dejo aquí dos notas de prensa para refrescar la memoria:

- <<https://www.elmundo.es/economia/2015/11/13/5645011122601d83208b4633.html>>
- <<https://www.businessinsider.es/donde-prohibido-uber-mundo-368581>>

⁴⁷ Ya hablaremos en detalle de todo esto más adelante.

van monopolizando el mercado y reestructurando la ciudad. Por ejemplo, en Madrid hay un 72% de anfitriones que tienen un único anuncio en la plataforma, pero sólo controlan el 40% del mercado, mientras que todos los anfitriones que tienen más de 20 anuncios colgados, que representan menos del 1%, controlan más del 10% del mercado; y en más del 92% de los casos se alquilan pisos completos, y no una cama o habitación como promociona la empresa para mantener su imagen y discurso (Gil, 2018)⁴⁸.

Con esto, además de hacer caso omiso ante cualquier problema que pueda surgir, tampoco responden ante los gobiernos. Ya se ha demostrado que, en Nueva York, tres de cada cuatro dólares que gana provienen del alquiler de pisos completo, mientras que sólo el 1% de habitaciones compartidas, lo cual infringe la ley de alquileres a corto plazo de la ciudad. Lo mismo sucede en Barcelona, donde más de la mitad de sus ingresos provienen de anfitriones profesionales (Slee, 2015). Airbnb acelera y refuerza la gentrificación, impulsa las alzas en los alquileres y sobrepasa la capacidad de supervisión de los ayuntamientos, puesto que además no comparten los datos de sus usuarios, con lo cual se hace imposible conocer a cabalidad el flujo del turismo y compensarlo con otros aspectos de la vida urbana para sus ciudadanos o establecer garantías de seguridad (Slee, 2015).

La lógica que aplica Uber para manejarse es parecida. La tarifa dinámica, su mecanismo para calcular el precio de cada trayecto, está sustentado directamente en la oferta y demanda: “es un multiplicador de la tarifa estándar que se activa cuando la demanda de viajes aumenta. Esto funciona como un incentivo para que los Socios Conductores se acerquen a esa zona y así poner a disposición más vehículos para los usuarios” (Uber Chile, 2022)⁴⁹.

Es un modelo que tiene consecuencias importantes. Primero, básicamente porque permite entrever los mandatos que siguen los algoritmos para ir organizando el trabajo, que aquí no son más que parámetros estrictamente económicos. Segundo, por cómo afecta esto a los conductores, pues se trata de un mecanismo que impide organizarse para saber cuándo

⁴⁸ Son datos extraídos directamente de una conferencia en el Teatro del Barrio en Lavapiés, bajo la iniciativa “Universidad del barrio”, donde me invitaron a exponer sobre “Uberización social, Precariedad y Capitalismo de plataformas” y me tocó compartir mesa con Javier Gil, que en ese momento estaba finalizando su doctorado sobre Airbnb en la UNED. Tomé nota de su presentación y la utilicé aquí. Dejo el video de la sesión completa en Anexos digitales, con el nombre “11. Universidad del barrio – Uberización de la economía”.

⁴⁹ Disponible en: <<https://www.uber.com/es-CL/blog/tarifa-dinamica-uber-chile/>>

es más rentable trabajar o descansar. Y tercero, porque la gente de Uber invisibiliza un hecho elemental: que no es lo mismo la tarifa dinámica en una noche vieja, evento deportivo o un viernes en la noche, que cuando está nevando o hay inundación y la gente necesita movilización a un precio razonable, o los conductores poder volver a sus casas. Durante las nevadas del invierno del 2014-2015 en Estados Unidos, hubo un gran aumento en la demanda y las tarifas de Uber llegaron a ser siete u ocho veces más caras de lo normal. Los gobiernos de Nueva York y Washington advirtieron que se trataba de una práctica que infringía las leyes de especulación de precios y la empresa se vio obligada a limitar su tarifa durante las emergencias en todo el país (Slee, 2015).

Como se podrá imaginar, todo esto ha significado un golpe al mercado, pues la competencia se ha hecho en muchos casos desigual y en otros, imposible. De eso trata el famoso caso de Uber y los taxis. Los taxis alegan que Uber, al no cumplir con las mismas legislaciones y gastos, pueden ofrecer un servicio más barato; mientras que Uber simplemente plantea que ellos no *ofrecen* el servicio, sino que sólo coordinan oferta y demanda. En este sentido, el exdirector general de Uber, Travis Kalanick, decía abiertamente que su empresa está involucrada en una suerte de campaña electoral, en la que “Uber es la candidata [y su rival] es un gilipollas llamado Taxi. No me siento plenamente cómodo con ello, pero tenemos que sacar a relucir hasta qué punto es pernicioso Taxi” (citado en Slee, 2015: 76). El crecimiento de las plataformas y su avance en el mercado inevitablemente va tomando la forma de una verdadera campaña política.

Lo mismo pasa con Airbnb, más allá de su discurso colaborativo contra las poderosas cadenas hoteleras y de una ciudad compartida, los principales afectados por su arremetida son precisamente los negocios de alojamiento más modestos e independientes, aquellos que deben correr con gastos de salubridad, seguridad, tasas turísticas y exponerse a inspecciones, con lo que se les hace imposible competir contra el alojamiento desregulado y sin gastos asociados que está en su misma calle.

Marco metodológico

Diseño de la investigación

Las plataformas de trabajo poco a poco han ido dando forma a todo un campo realmente complejo en el que se insertan los sujetos trabajadores, al tiempo que también han sabido poner en tensión el mercado y sus regulaciones. Se trata de un sector que se ha expandido de modo explosivo y que en su corto recorrido ha desatado una inmensidad de fenómenos relevantes a su alrededor, que van desde el crecimiento sostenido del autoempleo hasta la evaluación sistemática de la conducta o el pago por tarea. Evidentemente, con esto no pretendemos decir que las plataformas de trabajo han iniciado todos estos fenómenos, del mismo modo que no inventaron a los falsos autónomos, la externalización ni el emprendimiento, pero sí han llegado para darles un nuevo aire, envolverlos en un discurso que no existía y articularlos mediante mecanismos de organización disruptivos.

De esta manera, todo se ha ido sucediendo a una velocidad inesperada, posicionándola como un área de investigación tremendamente rica, pero también terriblemente problemática. Llevados a nuestro caso, la gran cantidad de fenómenos que se han desatado en los pocos años transcurridos desde la arremetida de las plataformas de reparto en España, han construido un panorama realmente amplio y complejo, cosa que, como se podrá imaginar, ha afectado directamente en el diseño de la presente investigación. Esto se explica tanto por el momento en que comencé a investigar como también por las variaciones de mi posición en el campo.

En el año 2017, cuando todavía era repartidor y me decidí a seguir este fenómeno, se trataba de un sector relativamente nuevo y que aún no explotaba. Las condiciones de trabajo de los repartidores recién comenzaban a tener algo de repercusión mediática y todavía no había demasiado cuestionamiento al respecto, pues tampoco había mucha información. Según lo que podía apreciar por aquel momento, el sector era mirado como el caso de un pequeño grupo de trabajadores bajo condiciones con aires futuristas, pero casi completamente desconocidas. De modo que mis primeros objetivos básicamente radicaban en desenredar las bases del modelo de trabajo y la experiencia de los repartidores, siempre teniendo como punto de referencia el aire disruptivo de las empresas, que en ese momento aún se presentaban como parte de la economía colaborativa. Pero se hablaba poco de algoritmos, plataformas, sistemas de reputación o datos, por lo que estaba seguro de tener un diseño de investigación bien delimitado y que me permitiría abordar las distintas problemáticas sin mayores sobresaltos. En ningún

momento imaginé que el caso de los repartidores se transformaría en un tema que incluso pondría en tensión el marco laboral del país, cobrando relevancia a nivel político, económico, social y legislativo. Cuando comencé a investigar aún no ocurría nada de todo esto. Basta con pensar que por aquel entonces ni siquiera se había celebrado un solo juicio, y en 2021 ya había casi 50 sentencias, dos de ellas del Tribunal Supremo, una ley específica sobre el tema, con diálogo social incluido, y tres repartidores fallecidos. Lo mismo sucede con el ambiente entre los propios repartidores. En el 2017 se trataba de un grupo reducido y donde había cercanía entre compañeros, o por lo menos nos conocíamos de vista y nos saludábamos en la calle. Para finales del 2020, en cambio, había más de 30mil repartidores en toda España (Adigital, 2020b) y varias empresas compitiendo. En otras palabras, todo esto significa que tuve la fortuna de comenzar a investigar en el lugar y momento preciso, ya que pude seguir el problema desde su inicio hasta lo que parece ser un primer desenlace, esto es, desde la primera actuación de Inspección de Trabajo hasta la promulgación de la “Ley rider”, entre 2017 y 2021. Sin embargo, también significa que la investigación ha estado marcada por el transcurso y los sobresaltos que ha seguido el objeto de estudio, pero también por los cambios de mi propia vida durante este tiempo: como repartidor, después cuando pasé a formar parte de Riders X Derechos y, por último, como agente sindical en UGT, directamente involucrado en la ley que intenta regular el sector.

1. Transformaciones del campo, mi posición y el diseño de investigación

2017-2018

A fines del 2017, cuando comencé a investigar, llevaba más de medio año trabajando de repartidor y recién se había dado el punta pie inicial al largo recorrido que enfrentaría el sector: había concluido la primera actuación de Inspección de Trabajo sobre Deliveroo en Madrid, la empresa respondió transformando las condiciones de trabajo, imponiendo el contrato TRADE -donde pasábamos de ganar por hora disponible a por pedido entregado-, y los repartidores llevamos adelante las primeras movilizaciones de plataformas en España, entre junio y julio, que duraron algo más de un mes. Aunque ya podía intuir el conflicto político que se estaba generando, no terminaba de imaginarlo ni entenderlo, pues, al igual que muchos compañeros, prácticamente no tenía idea de qué es lo que estaba en juego. En mi país no existen los falsos autónomos ni la Seguridad Social,

así que se trataba de un asunto realmente nuevo. Por tanto, el objetivo general de mi nascente investigación estaba basado estrictamente en lo que había podido observar: la organización del trabajo y los repartidores, tema en el que sabía que había bastante por hacer, por lo que se mantiene casi intacto hasta el día de hoy:

- Descubrir y explicar cuáles son las transformaciones, tanto en las relaciones económicas y laborales como en las formas de ser y pensar al sujeto trabajador, que guardan en sí la explosión y consolidación de las nuevas empresas de reparto que funcionan a través de plataformas digitales.

Si bien el objetivo apunta hacia la instauración de nuevas formas de trabajo, quizás es significativo mencionar que todavía no pensaba el problema desde la respuesta institucional que podría encontrar o el problema jurídico y político que generaría, ya que en aquel entonces aún no sabía prácticamente nada de la regulación del trabajo española, e incluso durante las movilizaciones el término “falso autónomo” no circuló mucho entre los repartidores, síntoma inequívoco de que nadie entendía muy bien qué estaba sucediendo.

Fue en este periodo que me concentré en comenzar un diario de campo, intentando revivir momentos, hechos, personas, frases o dinámicas sobre la práctica cotidiana. Allí describí aspectos como mi entrada a la plataforma, el hacerse autónomo, mi percepción sobre los repartidores y las empresas, los elementos que componen el trabajo, los cambios constantes en las dinámicas, las primeras huelgas o el surgimiento de Riders X Derechos. El foco estuvo en describir la cada vez más compleja organización del trabajo y cómo se insertan los repartidores en su entramado. Un proceso que se ha extendido a través de los años. Al mismo tiempo, comencé a describir los sucesos relevantes que iban surgiendo en el día a día, intentando captar sobre todo la forma de relacionarnos con la plataforma, experiencias de compañeros, conversaciones y algunos hechos destacados que aportaron a seguir explicando el modelo.

2018-2020

Entre el 2018 y 2020 el mundo de las plataformas de reparto en España explotó: las empresas comenzaron su expansión agresiva, introduciendo cada vez más repartidores;

se multiplicaron las actuaciones de Inspección de Trabajo; se celebraron multitud de juicios; prácticamente cada semana desconectaban a algún compañero de manera irregular; se formaron las primeras asociaciones de repartidores a favor del modelo de autónomos; falleció el primer repartidor en Barcelona; se desató un mercado informal de trabajadores sin permiso de trabajo; y el ambiente entre los repartidores cambió drásticamente: ya casi no hacíamos vida en grupo, puesto que el aumento constante de la competencia instaba a dar vueltas por la ciudad en soledad, además que día a día parecía que las caras nuevas se iban multiplicando. A consecuencia de todo esto, y considerando el fracaso de las movilizaciones en el verano del 2017, a principios de 2018 hubo un momento en que decidí dar un paso adelante y acepté ir a exponer a la Asamblea de Madrid para llamar la atención sobre la regulación del sector, sabiendo que conllevaría a mi desconexión. Aunque lo hice porque los cabecillas de las movilizaciones ya habían sido desconectados y entendía que alguien debía dar la cara en ese contexto, también una parte de mí simplemente ya no aguantaba más. Sinceramente, llegó un punto en que odiaba ser repartidor, que miraba la bicicleta y me deprimía: vivía exhausto, siempre me faltaba dinero, me tuve que endeudar para comprar una bicicleta, me había atropellado una moto en la Gran Vía y al día después volví a salir para poder llegar a fin de mes, tenía que trabajar cuando mis amigos se juntaban y encima había que estar pendiente a cada momento de la aplicación para seguir trabajando y no perder puntaje. Así que, como veía que de todos modos el algoritmo iba dejando cada vez más atrás a los que nos habíamos movilizado durante el verano, entendí que era el momento de dar el salto.

Tras mi desconexión, entré a formar parte de Riders X Derechos, y el lugar desde el que observaba y abordaba el campo de investigación cambió. Si antes era en la cotidianeidad, directamente atado al modelo de trabajo y en contacto constante con los demás repartidores, a partir de ahí fue desde un plano netamente político, pero enfocado sobre todo a brindarles asesoría e intentar dar abasto en los procesos judiciales. Esto se explica principalmente por dos causas: primero, porque las plataformas se ocuparon de construir un cerco a través de las desconexiones con los movilizados, el surgimiento de las asociaciones pro-autónomos y el endurecimiento de las condiciones de trabajo, lo que inevitablemente nos distanció del conjunto de los repartidores; y, segundo, porque veíamos que, a pesar de todo ello, la vía legal estaba dando buenos resultados.

De todas formas, y tras el impulso inicial, por aquel entonces mi investigación cayó en un punto muerto. Además de que debí buscar un nuevo trabajo y se me hacía difícil combinarlo con el estudio -como camarero en un restaurante del centro, que tenía acuerdo con Deliveroo y Uber Eats, lo que me permitió seguir hablando con repartidores-, el tema de fondo fue que, gracias a las constantes transformaciones en el mundo de las plataformas, que cada día tomaba un rumbo más inesperado, no sabía qué camino seguiría mi investigación ni por dónde abordarla. Hubo momentos en que estuve realmente desorientado...

A finales del 2018 gané una beca de manutención completa, la “beca Chile”, otorgada por la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo (ANID) y por fin pude dedicarme a tiempo completo a mi tesis.

A pesar de que la idea inicial era desarrollar una etnografía que no estuviera respaldada por un marco referencial propiamente tal, el imperativo del tiempo y la beca imponían que debía seguir avanzando por algún lado. Así, sumado a que cada vez estaba más lejos de la cotidianeidad de los repartidores, aunque totalmente involucrado en el problema político, centré los esfuerzos en intentar captar el hilo conductor que permitiera explicar lo que estaba sucediendo con las plataformas y llegar hasta a la raíz del problema. Fue ahí que empecé el Marco referencial, principalmente intentando dar cuenta de cinco aspectos: los fundamentos políticos y económicos del movimiento; la matriz del discurso que habían logrado plantear; cómo funcionan las plataformas y los algoritmos; de qué modo llegaron a aplicarse a la organización del trabajo; y de dónde venía esa práctica empresarial agresiva y transgresora, que a casi todos estaba dejando atónitos. A lo largo del tiempo, como cabe esperar, el desarrollo del Marco referencial ha supuesto un trabajo de retroalimentación constante.

Por su parte, en estos años Riders X Derechos alcanzó gran protagonismo. De tal manera que, aunque mi tesis iba un poco a ciegas, mi participación en el problema fue creciendo. Tuve la oportunidad de participar en innumerables instancias relacionadas al mundo de las plataformas y del trabajo en general, además de asesorar y conversar con un número considerable de repartidores, lo que aproveché para continuar recogiendo datos que han terminado siendo claves. De no ser así, habría sido imposible seguir el rastro al desarrollo y el tremendo impacto que ha tenido el tema en el país.

Consecuentemente, durante aquel periodo comencé a diseñar el segundo objetivo general, pues poco a poco entendí que todo lo que experimentábamos también tenía un hilo conductor claro, que no era otro que la lucha por transformar la regulación laboral.

En suma, es imprescindible aclarar que toda esta etapa, que finalmente permitió que la investigación tomara un nuevo rumbo, también implicó que terminara de posicionarme dentro del campo, cosa que abrió una brecha con un sector cada vez más grande de los repartidores. Aquí se dio uno de los puntos de inflexión, que derivó en una de las mayores dificultades para la investigación, ya que me fui alejando del día a día y la vida en la calle. A pesar de que habían desconectado a la mayoría de los compañeros con los que mantenía contacto a diario, que las plataformas inundaron las calles con gente nueva, que se desató un mercado de trabajo informal, que el ambiente se estaba polarizando y que los miembros de Riders X Derechos empezamos a ser vistos como los que intentaban destruir el trabajo, de todas formas podría haber vuelto a los lugares de reunión para activar relaciones más profundas de cara a mi investigación, no como miembro del movimiento. Aunque quizás fue un error, también es cierto que se hizo difícil separar las cosas, ya que empezamos a vivir problemas ciertamente complejos. Basta con decir que a un compañero de Riders X Derechos Madrid, un grupo de repartidores lo bajó de la bicicleta a la fuerza y lo golpearon con un palo. Es decir, mientras más dábamos la cara en los medios de comunicación y denunciábamos las cosas que estaban sucediendo, más resistencias comenzamos a generar al interior.

De aquí, entonces, se deriva una de las principales transformaciones que ha sufrido la investigación. En un primer momento, uno de los objetivos específicos era indagar en los procesos de subjetivación de los repartidores, pero a medida que fui viendo que sería imposible lograrlo, sumado a que estaba describiendo con éxito todo el modelo de organización del trabajo y que el conflicto político reclamaba cada vez más protagonismo, finalmente me centré en la descripción de las principales estrategias desarrolladas para desenvolverse en la actividad; cosa que, por su parte, también tiene ciertas limitaciones obvias, puesto que sólo ha sido posible cumplirlo en la medida que las restricciones de mi propia experiencia y participación en el campo ha impuesto.

A principios del 2020, cuando el tema de las plataformas de reparto ya había cobrado proporciones extraordinarias, entré a trabajar en la UGT. Ahí todo cambió y mi tesis se reactivó por completo. A pesar de que había seguido recogiendo información en los años anteriores, pude entender en profundidad qué estaba sucediendo, a corroborar algunas hipótesis, afinar el segundo objetivo general y a intentar incidir día a día en el devenir del sector. Ya no sólo era a través de la acción política de un movimiento social, sino directamente desde el marco institucional, en el epicentro de un problema cada vez más grande. Todo esto me permitió estar en reuniones con los propios dueños de las plataformas, conocer a personas de diferentes instituciones involucradas directamente con la regulación del trabajo y sus transformaciones, además de salir periódicamente a la calle para volver a hablar con repartidores, asesorarlos en sus problemas con las plataformas, seguir de cerca los distintos juicios, conversar con políticos que buscaban informarse sobre el tema, investigar empresas y generar conocimiento relacionado al modelo de trabajo.

En cuanto a la posición en el campo y el modo de abordarlo, todo esto tuvo varias ventajas y también algunas contras. Si bien no se puede negar que había logrado un recorrido bastante completo, que me permitía considerarlo desde diferentes puntos de vista y que fundamentalmente me había devuelto el contacto con un grupo de los repartidores - aquellos proclive a hablar con un miembro de un sindicato-, también es cierto que era desde una posición distinta y no tan cercana. Sin embargo, dado el contexto de polarización creciente, mi posición hizo que fuera imposible salvar la distancia con aquel sector cada vez más grande, que además se estaba radicalizando.

Sea como sea, en marzo apareció la pandemia, con su consecuente confinamiento, y acto seguido el Ministerio de Trabajo y Economía Social anunció que se regularía el sector. En otras palabras, pasaron pocos meses para que el panorama de investigación nuevamente se transformara casi por completo. Ahí comenzó el frente legislativo y social de las plataformas y asociaciones de repartidores, y mi trabajo en UGT y en Riders X Derechos se concentró principalmente en ayudar a sacar adelante una ley coherente al contexto.

Así las cosas, desde principios del 2020 hasta agosto del 2021, entendí que sería absurdo no aprovechar el lugar privilegiado en el que estaba y enfoqué el proceso de investigación

en registrar minuciosamente todo lo que fue sucediendo durante el proceso legislativo, cosa que, aunque siguió modificando el cuerpo de la tesis, permitió que el segundo objetivo general tomara su forma definitiva:

- Identificar y poner en contexto las estrategias y medios que las plataformas digitales de reparto han puesto en marcha para intentar legitimar su modelo ante la regulación del trabajo y la sociedad.

A fin de cuentas, ha cambiado de tal manera el escenario durante estos años, que todo ha derivado en que deba aprender a adecuarme para resolver problemas sobre la marcha y, metodológicamente hablando, he tenido que intentar abordar los distintos aspectos haciendo la investigación del modo más “abierto” posible. Así, por un lado, podía cumplir con el imperativo de avanzar en mi tesis, a la vez que, por el otro, me centraba en responder a las temáticas que iban surgiendo en el camino y cobraban una relevancia extraordinaria. Como es evidente, aquello que quizás pasaba desapercibido en el 2017, sin una sola sentencia en contra, en 2019 resultaba fundamental para comprender el problema. Consecuencia de todo esto es que la investigación se fuera centrando principalmente en mi propio recorrido dentro del campo.

A raíz de todo lo anterior, nuestro estudio ha ido tomando la forma de una historia compleja. Se entrecruza la organización del trabajo con la lucha política, y ésta, a su vez, con las diferentes formas de enfrentar la actividad y tomas de posición de los repartidores; sin nombrar el proceso judicial, que lo salpica todo. Por tanto, el diseño de la investigación ha sido pensado para que fuera abriendo caminos a medida que pasaba el tiempo, lo que me llevó a recolectar información durante prácticamente cuatro años, llevando las cosas a un lugar que jamás habría podido sospechar desde del panorama inicial. Dicho de otro modo, fue recién con el anuncio de la “Ley rider”, en 2021, que decidí que podía parar de recolectar información sin riesgos de dejar nada a medio camino y así componer un panorama coherente del fenómeno y su desarrollo.

Herramientas de investigación

1. La autoetnografía

Dado que con el tiempo fui entendiendo que todo estaría inevitablemente atravesado por movimientos, transformaciones y dinámicas de distinto orden, a las que se sumó mi propio recorrido dentro del campo, poco a poco la investigación comenzó a cobrar la forma de una autoetnografía, pues fue el método que elegí para explotar las ventajas que todo esto suponía, a la vez que hizo posible seguir avanzando a medida que se iba desarrollando y construyendo el objeto de estudio.

La autoetnografía es una corriente de investigación nacida del fenómeno conocido como la “crisis de representación” (Blanco, 2012a), que comenzó en los años ochenta, donde se pusieron en cuestión las normas tradicionales para la investigación en ciencias sociales, desde los instrumentos de recolección de datos y su aplicación, pasando por la propia experiencia del escribir, hasta la supuesta autoridad del investigador para dar cuenta de la realidad. A partir de todo esto, hubo herramientas de investigación consagradas, entre ellas la propia etnografía, que fueron siendo flexibilizadas y adaptadas a nuevos usos y puntos de vista, ampliando sus formas de aplicación (Blanco, 2012b). Fue bajo estos principios, y sus ideas sobre cómo debiese ser la investigación social, que se comenzó a ejercitar lo que más tarde se conocería como autoetnografía, la cual aparece como una estrategia metodológica que, al combinar principios de la autobiografía y la etnografía, pretende:

describir y analizar sistemáticamente la experiencia personal con el fin de comprender la experiencia cultural. Esta aproximación desafía las formas canónicas de hacer investigación y de representar a los otros, a la vez que considera a la investigación como un acto político, socialmente justo y socialmente consciente (Ellis, Adams y Bochner, 2015: 249).

Se trata de una metodología donde se reconoce la influencia de la experiencia y el juicio personal del investigador en el proceso, dando espacio y validando su subjetividad, emocionalidad y experiencia en el resultado del trabajo. De todo lo cual resulta una metodología situada, que pone en valor los lazos interpersonales entre el investigador y

los participantes, convirtiendo a las cuestiones éticas en una parte fundamental del proceso y el producto. Por eso mismo, la autoetnografía “explora el uso de la primera persona al escribir, la apropiación de modos literarios con fines utilitarios y las complicaciones de estar ubicado dentro de lo que uno está estudiando” (Ellis et al., 2000, citado en Blanco, 2012a: 172). De hecho, en un comienzo era utilizada para estudiar un grupo social que el investigador consideraba como propio. De modo que, a fin de cuentas, supone la existencia y legitimidad de diferentes maneras de generar conocimiento y de poder transmitirlo (Blanco, 2012b).

Llevado a nuestra investigación, que la herramienta principal sea la autoetnografía significa que el objetivo fundamental ha sido explotar al máximo las distintas posiciones de mi propia experiencia dentro del campo y sus posibilidades de abordarlo, ya que sin duda alguna he tenido la fortuna de desenvolverme en diferentes espacios que componen el fenómeno y he podido registrar sus procesos. La idea, entonces, ha sido aprovechar esas oportunidades, ponerlas al servicio de la investigación, y componer un panorama lo más completo posible de los principales aspectos que, según fui entendiendo, iban dando forma al problema, aunque siempre intentando ponerlo en diálogo con las vivencias de otros compañeros, sus tomas de posición y sus propias estrategias al momento de enfrentar los diferentes aspectos de la actividad.

Si bien todo esto me ha permitido describir a fondo el modelo de trabajo, sus variaciones y el entramado que compone, la principal ventaja ha sido la oportunidad de relacionarlo con la descripción del conflicto político que se fue desarrollando, del cual he sido un participante y observador privilegiado.

Sin embargo, y como decíamos, debemos tener en cuenta que también han surgido restricciones, pues no sólo fue variando mi posición frente a las plataformas, sino también, e inevitablemente, respecto al resto de los repartidores, punto que ha afectado al alcance de toda la investigación y al enfoque desde el que abordaremos distintos procesos. Hay elementos de la organización del trabajo que viví y describí en primera persona cuando era repartidor, mientras que hay otros, igual de fundamentales, que he seguido registrando a partir de entrevistas, como miembro de Riders X Derechos o asesorando desde UGT. Algo parecido sucede sobre la descripción del conflicto judicial y legislativo. En 2017, cuando comenzaron las actuaciones de Inspección de Trabajo, era repartidor y

formé parte activa de las primeras manifestaciones a favor de la laboralización; sin embargo, en 2020, cuando se dio inicio al proceso legislativo, mientras que trabajaba para construir una ley que eliminara a los falsos autónomos, hubo un sector considerable de los repartidores que se movilizó en el sentido contrario.

En suma, durante el proceso de investigación viví la tensión de aprender a distinguir y coordinar los distintos roles que fui experimentando en el campo y que marcaron mi posición, lo cual también me llevó a conflictos internos en determinados momentos. De todos modos, considero que no representan un problema como tal, pues se trata de condiciones y restricciones inherentes a la investigación social, en especial si hablamos de una autoetnografía en medio de un problema que alcanzó cada vez mayores dimensiones.

2. Entrevistas semiestructuradas

Junto con lo anterior, realicé 13 entrevistas en total, 11 de ellas a distintos perfiles de repartidores y con distintos objetivos, buscando profundizar en algunos elementos de su experiencia. Fueron hechas principalmente a partir del 2020, cuando ya tenía claro hacía dónde se dirigiría la investigación. Todas ellas a repartidores de Madrid, salvo dos: Sebastián, un repartidor de Granada, por representar un caso totalmente ilustrativo; y a Juanjo, miembro de Riders X Derechos Barcelona y desconectado de Glovo. En la mayoría intenté centrar la conversación en descubrir las estrategias al momento de desarrollar la actividad, tocando temas tales como: el modo en que vive el trabajo, cómo ha impactado en su vida cotidiana, la disciplina mental que requiere y cómo se forja, qué piensa sobre el modelo, si se ha organizado con compañeros o si se considera emprendedor. Por otra parte, como durante estos años he podido conocer y conversar en profundidad con un sinnúmero de repartidores, busqué grabar entrevistas a perfiles específicos para recolectar experiencias determinadas: repartidores antiguos, personas sin permiso de trabajo que han alquilado cuentas para trabajar, afines a las asociaciones pro-autónomos, de Riders X Derechos, etc. Además, para intentar superar las barreras que impone mi propia participación en el campo, el objetivo fue recoger la mayor variedad posible de experiencias, visiones y circunstancias: con y sin familia, inmigrante y nacional, jóvenes y no tan jóvenes, bicicleta y motocicleta, etc., y así construir un panorama amplio y complejo.

De las 11 entrevistas a repartidores, 4 fueron realizadas en el marco de una investigación de UGT sobre el trabajo informal en plataformas de reparto, “Informe sobre la explotación laboral en las plataformas de reparto” (Diez et al., 2020), tema que también tocaremos aquí, donde fueron publicadas como anexos: dos de ellas las realicé junto con mi compañero de trabajo, Rubén Ranz (a Vicente y Juanjo), otra la hice solo (a Karol) y la última la hizo directamente él a un informante totalmente clave (Jaime).

En cuanto a las 2 entrevistas restantes de las 13 totales, son a dos extrabajadoras de las oficinas de Deliveroo que tuve la fortuna de encontrar.

Por último, es importante destacar que el hecho mi posición en el campo y todo el recorrido político que siguió el sector, fue haciendo imposible que pudiera entrevistar a personal en activo de la empresa o a dirigentes de las asociaciones pro-autónomos, ya que todo tomó la forma de bandos opuestos. No obstante, cabe mencionar que igualmente lo intenté, particularmente en las oficinas de Deliveroo, ya que ahí había sido repartidor, pero ni siquiera se molestaron en responderme. De todas formas, es un asunto que he podido sortear a través de otras herramientas.

3. Recolección de datos secundarios

Las fuentes fundamentales han sido la lectura de bibliografía, páginas de internet, algunos documentales y entrevistas en medios de comunicación. El objetivo fue poder abordar la información que iba recolectando desde de un marco de comprensión más amplio, para contextualizarla y profundizar en los procesos políticos y económicos que explican la situación actual.

En este sentido, vale destacar que las historias de los CEO`s y sus transgresoras empresas han llamado rápidamente la atención de distintas e importantes compañías del mundo audiovisual, que se han dedicado a narrarlas desde diversas perspectivas. Hoy podemos encontrar series, numerosos documentales e incluso películas que retratan el recorrido de las disruptivas *start-ups*, y que también son una fuente de información valiosa.

Por otra parte, también hay un tipo de datos secundarios menos convencionales, pero que han sido igual de importantes. Entre los repartidores es muy común participar en grupos de chat a través de la aplicación WhatsApp o Telegram. Sirven para compartir información sobre el trabajo, hacer descargas contra las empresas, pedir ayuda con ciertos

problemas o comunicar sobre accidentes. Hay innumerables grupos de repartidores y algunos tienen más de 400 personas, incluso se han hecho reportajes en la prensa sobre su contenido. El caso es que, a partir de la judicialización del modelo de trabajo, con el tiempo se fueron transformando en un verdadero campo de batalla, donde se debate a diario sobre cómo debiese ser o regularse el sector. Allí circula constantemente información relevante, como capturas de pantalla de las aplicaciones, comunicaciones de las oficinas, cambios en la forma de trabajo y un sinnúmero de cosas; además de ser el campo predilecto de las asociaciones pro-autónomos para hacer sus comunicados. De modo que los he utilizado para hacer un seguimiento a los pasos de las empresas y los repartidores.

Por último, hay un tercer tipo de información todavía menos convencional. Dado que tuve la oportunidad de tener acceso a reuniones con algunos directivos de las empresas, hubo una en particular, bastante informal, con el jefe de operaciones de Deliveroo, que pude grabar, y que también utilizaremos. En la misma línea, he tenido acceso a un documento clasificado de Glovo que habla sobre la articulación del modelo de trabajo y la realidad de los repartidores. También a una grabación de audio de la exdirectora de Deliveroo en España, en una reunión con miembros de Riders X Derechos. Las transcripciones de ambas grabaciones ya se han hecho públicas en otro estudio para UGT, titulado “Análisis de la presión política y social de las plataformas digitales de reparto” (Diez et al., 2021a)⁵⁰.

Dificultades de la investigación

Como ya hemos adelantado, las condiciones que han envuelto al proceso de investigación también han traído consigo varias complicaciones para llevarla a cabo. Pienso que es importante hacer una reflexión de este tipo para transparentar cómo ha sido su desarrollo y no caer en las tentaciones de blanquear el trabajo y mostrar las diferentes etapas como un camino llano, libre de problemas. Pues no ha sido así. Más bien todo lo contrario. El golpe de suerte de estar en el lugar y momento preciso para investigar también ha traído dificultades y restricciones.

⁵⁰ Están los audios completos con sus transcripciones en los Anexos digitales.

1. La polarización

El hecho de mi propia posición en el campo supuso varios problemas. Al principio, mientras era repartidor, el estar metido de lleno en el trabajo fue una ventaja considerable para la recolección de datos, pues no era sólo que tenía acceso a la plataforma y su organización, sino que me mantenía de ello, lo experimentaba en primera persona, y eso me permitió ir reflexionando profundamente sobre el modelo y sus impactos en la vida cotidiana. A pesar de lo sacrificado que es ser repartidor en una plataforma, fue a todas luces una posición privilegiada para comenzar la investigación. Sin embargo, esto inevitablemente también marcó mi perspectiva. Y si bien considero que no representa ningún problema como tal, sí se fue haciendo complejo en un momento posterior, cuando me fui interiorizando en Riders X Derechos, y se profundizó considerablemente al momento de entrar a UGT.

Aunque formar parte de ambas organizaciones me permitió acceder a espacios e información relevantes para la investigación, también me negó la posibilidad de tener contacto con el personal de las empresas y los repartidores que jugaron un papel fundamental durante la campaña contra el proceso legislativo. Lamentablemente para la investigación, estábamos en bandos totalmente opuestos y fue imposible salvar esa distancia. Como veremos, cuando la ministra de Trabajo y Economía Social anunció que habría diálogo social para regular el sector, comenzó una polarización creciente entre los repartidores, que en poco tiempo llegó a extremos insospechados, acabando directamente en la violencia y persecución.

2. Las entrevistas

En la misma línea, al momento de realizar las entrevistas, el asunto de la posición era una situación persistente, ya que muchos de los repartidores sabían de antemano que era miembro de Riders X Derechos o bien los había conocido gracias a que trabajaba en UGT, de modo que durante las conversaciones fue realmente difícil salir del tópico “contra la empresa”. Cuando prendía la grabadora y comenzábamos a hablar, aunque me preocupé de explicarlo detalladamente, la gran mayoría estaba convencida de que mi objetivo era escuchar sus críticas al modelo, lo cual dificultó muchísimo poder profundizar en sus propias experiencias y estrategias.

Pongo un ejemplo claro sobre esto, que se dio en una entrevista con una repartidora de Glovo, Tamara. Ella estaba totalmente a favor de continuar con la figura del autónomo en las plataformas de reparto, pero como veía que la “Ley rider” era inevitable, decidió afiliarse a UGT. Aunque nunca me lo había dicho abiertamente, las veces que conversé con ella pude intuir su postura, y por eso mismo le pedí la entrevista, además de por ser una de las primeras repartidoras de Glovo en Madrid. A mí me interesaba que hablara de todo eso lo más sinceramente posible y sin ninguna presión, pero quizás ella no quería decirme lo que realmente opinaba porque temía que después, en el caso de que yo tuviese que apoyarla frente a la empresa, no lo haría. Como veremos, esta sensación de indefensión frente a la arbitrariedad está totalmente relacionada con el modo de operar de las plataformas. Por tanto, empecé la entrevista así:

- (...) Como te había dicho, es una investigación que yo estoy haciendo para la Universidad, porque yo estudio en la Universidad, en la Complutense, entonces estoy haciendo una investigación sobre el trabajo en plataformas. Llevo cuatro años haciéndola. Entonces, una parte importante es contar con la experiencia de los repartidores y, como habíamos hablado, me gustaría poder conversar contigo. Ahora, esto es totalmente anónimo, en ningún momento va a salir tu nombre ni nada parecido. Es totalmente anónimo. Yo lo voy a usar para mi investigación, lo van a revisar mis profesores. Y bueno, si se hace famosa, va a aparecer ahí algo tuyo, pero nunca va a salir tu nombre. ¿Vale? Así que por eso no te preocupes, porque la idea es poder hablar con total libertad.

Y cuando estábamos llegando al tema de la ley, ante sus constantes vacilaciones, le dije:

- Sinceramente. No pasa nada. Me puedes hablar sin ningún problema, te lo juro.

Sólo casi terminando la entrevista me dijo lo que pensaba sobre la futura ley, y lo concluyó con un “*Hala, ya está*”, como soltando algo que mantenía guardado.

3. Acceso constante a información relevante, fenómeno en desarrollo y saturación personal

Hay otro hecho fundamental para explicar los problemas que han surgido: el mundo de los repartidores no descansa. A través de los grupos de chat está circulando información de forma constante, prácticamente las 24 horas. Y eso es complejo. Además, a través de Riders X Derechos y UGT he podido mantener contacto a diario con innumerables repartidores: algunos nos buscan solicitando ayuda para poner denuncias de diversos tipos, resolver problemas puntuales, contar sus historias o encontrar asesoramiento. Todo lo cual significa que he estado expuesto de modo permanente a demasiada información relevante para la investigación. Consecuentemente, y como se trata de un fenómeno en pleno desarrollo, que alcanzó su clímax cuatro años después de que empezara a investigar, la situación derivó en que no existiera nunca un punto de saturación sobre algunos temas. De ahí surgió uno de los problemas fundamentales a los que me he enfrentado: como cada vez se iban desatando nuevos sucesos relevantes, muchas veces no supe y no quise delimitar el proceso de recolección de datos, lo que se tradujo en una cantidad de información imposible de retener, sistematizar y analizar, y que por momentos me llevó a perder el foco, haciendo que la etapa de escritura fuera un poco caótica.

Todo esto también está relacionado con un tema de saturación personal. Trabajar en un sindicato y formar parte de un movimiento es complejo, sobre todo cuando está relacionado con un tema que ha tenido un crecimiento exponencial y que atravesó un proceso legislativo -pues supone muchísimo seguimiento y trabajo-. Y si a esto le sumamos una tesis doctoral sobre el mismo tema, a veces es simplemente agotador y hace que se pierda la perspectiva.

Análisis

Para poder llevar a cabo la tarea que tenemos por delante, debemos tener presente que la historia de las plataformas de reparto en España se puede entender como el intento por asentar y legitimar un modelo de negocios transgresor a través de tres campos de acción distintos, pero que se van solapando, pues están íntimamente relacionados: por una parte, el mercado propiamente tal, que dice relación con el desempeño y las estrategias para crecer y ganar terreno; por otra, un foco que sería hacia dentro de la empresa, donde se ponen en marcha distintas tácticas para la organización del trabajo mediante distintos dispositivos para el seguimiento constante de la conducta, lo cual interpela directamente a los repartidores; y, por último, un plano netamente político y social, donde las plataformas han enfrentado una ardua batalla judicial y un proceso legislativo, en el que uno de los puntos en juego fundamentales fue la postura de los propios repartidores y su capacidad para transformar la idea que la opinión pública tenía sobre el trabajo en plataformas.

Por tanto, para comprender todo este escenario e introducir un poco de orden a la hora de abordarlo, nosotros seguiremos el rastro a dos líneas paralelas en el tiempo, por lo que el análisis estará dividido en dos partes. En la primera, revisaremos a fondo el modelo de negocio de las plataformas de reparto, los métodos de organización del trabajo, de qué maneras se insertan los repartidores en este entramado y cuáles son las principales estrategias que, según he podido entender, han desarrollado para desenvolverse en él. Para lograr esto, uno de los objetivos será indagar en el modo de operar de las empresas, su estructura y las distintas formas de seguimiento al desempeño de los repartidores, donde será fundamental desenredar los requerimientos de los algoritmos, identificar los patrones que tienen codificados y qué otros medios se ponen en juego a la hora de organizar el trabajo. Como veremos, a medida que vayamos profundizando en estos procesos, terminaremos adentrándonos en un tema que, aunque no ha recibido toda la atención que merece, es fundamental para comprender la eficacia y el impacto que ha tenido el modelo: el amplio mercado de trabajo informal que han albergado las plataformas de reparto.

En la segunda parte, reconstruiremos cómo se ha dado la batalla judicial y el frente legislativo y social que han protagonizado las plataformas, donde analizaremos en detalle cuál ha sido el foco de la discusión, los objetivos perseguidos y las tácticas desplegadas para enfrentarlo, además de poner especial atención a las distintas posiciones y papeles que han jugado diferentes grupos de repartidores y cómo los ha afectado. En esta sección,

comenzaremos revisando el escenario del conflicto a nivel internacional, siguiendo por los argumentos que respaldan que los repartidores sean considerados por la legislación española como falsos autónomos, hasta el surgimiento de Riders X Derechos y el desarrollo de las asociaciones de repartidores pro-autónomos y su campaña contra la regulación. Así, esta segunda sección se enfocará sobre todo en el recorrido que va desde la primera actuación de Inspección de Trabajo, en el verano del 2017, hasta el 21 de agosto del 2021, día en que se publicó en el Boletín Oficial del Estado (BOE) la “Ley rider”.

Toda esta historia puede dividirse en tres periodos:

- Asentamiento (2015-2017).
- Expansión agresiva y clímax de la batalla judicial (2017-2020).
- Frente legislativo y social (2020-2021).

Durante todo el análisis nos iremos apoyando en las diversas fuentes de información recolectadas durante el proceso de investigación: diario de campo, notas de prensa, documentales, bibliografía, entrevistas⁵¹, grabaciones, chats de repartidores, etc. La idea es componer un panorama que nos permita elaborar reflexiones profundas sobre las cuestiones centrales que aquí nos ocupan.

PARTE I

Plataformas de reparto

1. La escena española

El mercado del reparto a domicilio en España comenzó a tomar la forma que tiene hoy en día a partir de los años 2015-2016. Fue ahí cuando el desarrollo tecnológico, las crisis, las reformas laborales, la ideología imperante y las políticas económicas se habían conjugado, preparando el terreno para que irrumpieran con fuerza las tres grandes

⁵¹ Los nombres de los entrevistados han sido cambiados por otros ficticios, salvo dos, que especificaré cuando aparezcan.

plataformas que aún hoy mantienen una ardua competencia, gracias a lo cual han hecho crecer el sector a niveles imprevistos: Deliveroo, Glovo y Uber Eats. Por tanto, comenzaremos haciendo una descripción general de sus principales características, dónde y cómo nacieron, cuándo comenzaron a operar en España, los elementos básicos de su modelo de negocios y qué posición ocupan los repartidores en la estructura. Una vez hecho eso, entraremos de lleno en la etnografía.



Deliveroo

Nace el 2013, en Londres, fundada por el empresario estadounidense Will Shu, quien aún sigue a la cabeza de la compañía, y su excompañero de clase, Greg Orlowski, que abandonó sigilosamente la empresa en 2016, al poco tiempo de haber sido padre. Al igual que todas las empresas del sector, tiene un romántico mito fundador basado en el idealismo emprendedor de su visionario CEO.

En 2004, un joven y aún delgado Will llega a Londres para continuar su trabajo como banquero en el multinacional fondo de inversiones Morgan Stanley⁵². Aunque inmediatamente queda encantando con la ciudad y su ambiente, le llama la atención que, entre la gran cantidad de restaurantes de excelente calidad, muy pocos ofrecían servicio a domicilio. Como se pasaba la mayor parte del día trabajando, y en Londres no le daban vales para comer, debía enfrentarse constantemente a la oferta disponible. Fue ahí cuando comenzó a pensar Deliveroo. Siguiendo su intuición, retomó el contacto con su antiguo compañero, Greg Orlowski, y se reunieron para proponerle el plan. El problema fue que se trataba de una idea demasiado revolucionaria, pues todavía el estado de la tecnología no ofrecía las condiciones necesarias para llevarlo adelante, ya que ni siquiera existía el mercado virtual sustentado en *apps* que conocemos hoy en día.

Así las cosas, en 2013, luego de haber vuelto a Estados Unidos para estudiar un Máster en Administración de Empresas (MBA, por sus siglas en inglés), regresó a Londres y por fin pudo comenzar a darle forma a su proyecto. El mundo de los teléfonos inteligentes estaba creciendo a ritmo vertiginoso y fue “entonces cuando decidió llevar los mejores

⁵² Se trata de uno de los principales fondos de capital riesgo a nivel mundial, con sede principal en Nueva York.

restaurantes directamente a los hogares de los clientes y convertir esta causa en su misión personal” (Deliveroo, 2018). Se reúne nuevamente con Orlowski y juntos empiezan a planear Deliveroo, que en un principio es rechazada por varios fondos de capital riesgo. Podrían haberse quedado ahí, pero como buenos emprendedores que transforman las derrotas en oportunidades, siguieron adelante convencidos de su idea. En ese momento, Will extremó recursos y decidió transformarse en el primer repartidor de la empresa. Así, en 2014, cuando contaban con tan sólo tres restaurantes asociados, lograron captar los primeros 2.75 millones de dólares en una ronda de financiación. A partir de aquel momento, según la misma página web de la empresa, Deliveroo tiene un increíble crecimiento de un 650% cada año y los restaurantes asociados aumentan sus ingresos en un 30%.

En medio de aquel vertiginoso ascenso, el 2015 comenzó a operar en España, bajo la razón social ROOFOODS SPAIN, SL., promocionándose como la oportunidad de tener “Tus restaurantes favoritos directos a tu puerta” (Deliveroo, 2018). Ese mismo año, a tan sólo dos de haber comenzado, lograron conseguir otros 600 millones de dólares en una nueva ronda de financiación, quedando a un paso del estatus de Unicornio. Un sueño que llegaría muy pronto, en 2017, cuando alcanzaron una tasación de 2 mil millones de dólares, lo que le valió comenzar a ser comparada con Uber, el gigante de la economía de plataformas (Business Insider España, 2018).

En España, para el 2018 había crecido un 72% respecto al año anterior, y en 2019 ya estaba presente en más de 70 localidades, contando con más de 7.000 restaurantes asociados (Periódico Expansión, 2019b).

El gran foco de inversión de la empresa está en el desarrollo de la tecnología que sostiene su plataforma, el algoritmo Frank, que permite acumular y sistematizar la información suficiente para coordinar toda la actividad.

El 2020, y tras largo tiempo de preparación, Deliveroo salió a la bolsa en Londres, en un intento por capitalizar el enorme crecimiento gracias a la crisis causada por el COVID-19. Ante tal panorama, los repartidores de distintos países nos organizamos bajo el movimiento Rights 4 Riders⁵³, comandado por la Federación Internacional de Trabajadores del Transporte (ITF, por sus siglas en inglés) y el Sindicato de Trabajadores

⁵³ Se debe destacar el nombre, prácticamente idéntico a Riders X Derechos.

Independientes de Gran Bretaña (IWGB, también por sus siglas en inglés), además de diferentes sindicatos y organizaciones, entre los que estaban España, Italia, Australia, Francia, Irlanda, Holanda e Inglaterra, principalmente. Se trató de una larga e intensa campaña mediática a nivel mundial, que cerró con una manifestación en las puertas de la sede principal en Londres, donde el objetivo era hacer un llamado a los posibles inversores sobre las precarias condiciones de trabajo de los repartidores: sin contratos laborales, sin sueldo fijo, competencia por horas y carga de trabajo, evaluación constante, despidos arbitrarios y sin bajas por enfermedad ni seguros pertinentes. Además, aunque nunca se dio una cifra exacta, en una de las reuniones de organización a la que pude asistir de modo telemático, la ITF aseguró que Deliveroo es la plataforma de reparto de comida con más demandas judiciales en el mundo.

El día de su salida a la bolsa, la empresa estableció un valor de 3,9 libras por acción, cerrando la jornada por debajo de las 2,9. Un desplome que alcanzó el 31%, logrando el peor resultado de una oferta pública en décadas (Periódico Cinco Días, 2021).

A pesar del traspie, el objetivo declarado de Deliveroo, según el propio Will, es convertirse en la “*empresa de comida definitiva*” (Periódico Expansión, 2019c). Aunque todavía le queda camino por recorrer para ello, en su web explica que actualmente colaboran con más de 60.000 riders y están presentes en más de 80.000 restaurantes de 500 ciudades y municipios de 13 países, además de contar con 2.500 empleados distribuidos en oficinas alrededor del mundo.



La *start-up* catalana tiene una historia parecida, que fue narrada por su propio fundador en una entrevista para el podcast del fondo de inversión Itnig (Pierre, 2019)⁵⁴.

También nace de la idea de un joven idealista y criado en el mundo de los negocios, Oscar Pierre. Barcelonés, nacido en 1992 en familia de empresarios, estudió Ingeniería aeroespacial en la Universidad Politécnica de Catalunya, pero terminó sus estudios en Estados Unidos mientras buscaba lo que él mismo denomina “mejores oportunidades”. Al finalizar su formación, volvió a Europa e ingresó a la empresa Airbus en su sede de

⁵⁴ Dejo la entrevista completa en Anexos digitales: “12. Podcast Itnig, cap. 107 - La historia completa de Glovo con Oscar Pierre, CEO”. Nótese que por aquel podcast pasó el cofundador, Sacha Michaud -dos veces- y el CEO, Oscar Pierre.

Toulouse, aunque duró sólo seis meses. Fiel al desdén que muestran los emprendedores tecnológicos sobre los trabajos tradicionales, hoy en día afirma que aquella experiencia solamente le sirvió para idear el “*business plan*” de Glovo. De cualquier manera, debemos destacar que todo aquel trayecto lo dotó de un *espanglish* a la altura de su actual cargo, que luce elocuentemente cada vez que habla de negocios.

Bajo el lema “Ya vamos nosotros”, la idea de Glovo es tanto o más sencilla que Deliveroo: su objetivo es acercar la ciudad a las personas, enfocándose en que el usuario pueda ahorrar el tiempo que le lleva realizar todo tipo de trámites -desde conseguir comida hasta llevar un traje a la tintorería o recoger algo olvidado- y que pueda gastarlo en cosas más importantes. La empresa fue fundada en septiembre de 2014, con la razón social GlovoAPP23, SL. Al comienzo, la aplicación simplemente era un botón que decía “¿*Qué necesitas?*”, pero no logró tener mucho impacto y generaba más bien ruido sólo en prensa. En su primera ronda de financiación recaudó algo más de 100.000€, lo que le permitió comenzar a operar al año siguiente, en 2015. En esa experiencia, uno de los principales inversores fue el empresario Sacha Michaud, que pasó a dedicarse a tiempo completo al desarrollo del negocio, transformándose en su cofundador. Sacha Michaud, al cual ya presentamos, adquiere esta relevancia porque provenía del mundo de la especulación en empresas de internet. Antes de Glovo, había sido protagonista en el sector de las apuestas online, donde se podía jugar dinero en diversos ámbitos, desde partidos de fútbol hasta elecciones presidenciales, llegando a ser portavoz de la Asociación Española de Apostantes por Internet (AEDAPI)⁵⁵ y presidente de la Asociación del Juego Online en España (JDigital). Con semejante currículum, entrar en Glovo era un paso lógico, ya que hacía años que se dedicaba a explotar las oportunidades que las plataformas y los teléfonos inteligentes estaban abriendo para todo tipo de negocios.

En 2016 la empresa realizó otra ronda de financiación, en la que logró reunir 5 millones de euros, que fueron destinados a seguir potenciando la aplicación y mantener el crecimiento a nivel internacional. Y en 2018, tras una nueva ronda de 115 millones, Glovo consolidó su expansión, conquistando 18 países y más de 200 urbes. Todo en tan sólo tres años (Periódico Expansión, 2019d). Un crecimiento realmente explosivo. Aquella vez

⁵⁵ Aquí una nota de prensa en la que aparece comentando el negocio, disponible en: <<https://youtu.be/dFyx3V4OPq4>>

alcanzó un crecimiento del 268% más que el anterior. Eso le permitió hacer estimaciones donde mantenía que el 2021 alcanzaría la rentabilidad. A la luz está que no ocurrió. Hoy estiman que serán rentables alrededor del 2025, luego de consolidar su expansión por África y Asia.

Estas proyecciones, que deslumbrarían a cualquiera, llevaron a la compañía a realizar dos rondas de financiación más en 2019, de 150 millones cada una, lo que le valió finalizar el año alcanzando el estatus de Unicornio (Portal Marketing4ecommerce, 2022). En otras palabras, tardó tan sólo tres años en pasar de no generar impacto en el mercado a estar en 18 países y tener una valoración por sobre los mil millones de dólares.

El foco de Glovo, además de la vertiginosa expansión internacional, ha sido la inversión en su tecnología. El objetivo principal es el desarrollo de su algoritmo, Jarvis, que coordina la acción de la plataforma alrededor del mundo. En 2019 construyó su segundo centro tecnológico en Varsovia (el primero está en Barcelona) y contrató a cerca de 300 nuevos ingenieros (Periódico Expansión, 2019d). Al igual que el resto de las empresas de sus características, su propósito es transformarse en la aplicación exclusiva de la ciudad, incluido el reparto de comida.

A diferencia de sus competidores, Glovo centra su negocio en “todo lo que se pueda necesitar”. Y aquí hay un punto fundamental. Su aplicación sirve para pedir desde comida hasta medicamentos, o tabaco, alcohol y preservativos a las 4:00am. El tema es que, si el resto de las plataformas sólo reparte de locales con los que mantiene acuerdos comerciales, Glovo aquí posee una ventaja competitiva considerable, ya que cada repartidor posee una tarjeta bancaria para poder hacer todo tipo de compras en locales no asociados a la plataforma. Un tema que ha sido constante punto de conflicto en los diversos juicios por ser una prueba fehaciente de organización del trabajo, pero que le ha permitido crecer exponencialmente. Desde estas bases operativas, entonces, han surgido tres sectores esenciales para su negocio: comida, recados y supermercados.



Ya decíamos que Uber nació una noche lluviosa en París en 2008 y que hoy en día está presente en más de 700 ciudades de 70 países, siendo la *start-up* más grande del mundo (Periódico Expansión, 2019a).

Por su parte, Uber Eats se trata de una sección que nace de la matriz central. Comenzó a operar el 2014 en California, bajo el nombre Uber Fresh, como un servicio añadido en la aplicación de transporte de pasajeros, y ya el 2015 quedó bautizada con el apellido Eats y contó con una aplicación propia, estrenándose el 2016 en Londres (Periódico Expansión, 2017).

Presente en 24 países, en España desembarcó en el 2017, y actualmente ofrece sus servicios en 50 ciudades y colabora con cerca de ocho mil restaurantes (Periódico Cinco Días, 2019).

A diferencia de Glovo y Deliveroo, hasta el 2020 mantuvo una estructura de repartidores mixta. Esto es que, además de utilizar autónomos, mantenía acuerdos con flotas que contrataban a los repartidores -lo mismo que las empresas propietarias de las licencias VTC-, aunque representaban una parte muy pequeña de sus repartidores y se terminó por extinguir⁵⁶.

2. Modelo de negocios

2.1 La “generación uno” y la “generación dos”

El modelo que las actuales plataformas han expandido por el mundo es el resultado de la combinación de dos tipos de negocio, que hasta su aparición estaban separados: por un lado, el servicio de reparto de comida a domicilio, que históricamente fue gestionado por los propios restaurantes; y, por el otro, los catálogos donde se podía encontrar la oferta disponible de ciertos mercados específicos, tales como canales de televisión, funciones de teatro, etc. Ambos se fueron desarrollando de manera independiente hasta acabar ofreciéndose por internet y unificarse en los *marketplace* de las plataformas actuales, que ofrecen un espacio virtual donde se pueden ojear productos, realizar compras y que cuentan con servicio a domicilio.

⁵⁶ Es importante tener este punto en consideración para comprender lo que vendrá después.

Según cuenta el propio Oscar Pierre (2019), las pioneras en este sector fueron las empresas de la llamada “generación uno”, emprendimientos digitales que comenzaron a operar a principios del nuevo milenio, cuyo objetivo era crear espacios virtuales que permitieran agrupar la mayor cantidad de oferta del mercado de restaurantes que ya contaran con su propio servicio de reparto. En el fondo, se trataba de una suerte de escaparate digital que facilita, ordena y guía el acceso a la oferta disponible de un mercado específico.

De esas experiencias aparecieron las empresas de la “generación dos”, que remecieron el mercado al agregar el servicio de reparto a la oferta anunciada, dedicándose a coordinar para poner en contacto a *partner*, consumidor y repartidor. Esta segunda generación lo que consigue es adherir a su negocio una selección de restaurantes que no cuentan con su propio servicio de reparto, con los que las empresas de la generación uno jamás podrían contar. Así, las *start-up* de la generación dos atacan precisamente esa idea: explotar la ventaja competitiva, ofreciendo la posibilidad de llevar a domicilio no sólo los mejores restaurantes de la ciudad, sino prácticamente todos los que las condiciones logísticas permitan.

Ahora bien, el gran salto fue hacer crecer exponencialmente el mercado del reparto a domicilio gracias a que pudieron aumentar la variedad de oferta disponible y bajar sustancialmente los precios, lo cual fue posible debido a que transformaron la figura del repartidor, históricamente empleado de los restaurantes, en autónomo. He ahí uno de los pilares fundacionales del negocio.

Una pequeña anécdota al respecto, que ilustra muy bien esta mutación en el modelo y los objetivos que persigue.

En el verano del 2020, tuve la oportunidad de estar en una reunión con altos cargos de Just Eat, que visitaron UGT. La idea era conversar sobre el modelo de trabajo que mantienen con los repartidores y que nosotros les diéramos nuestra opinión para intentar acercar posturas. Just Eat no utiliza a repartidores autónomos, sino que opera en base a externalizaciones, tal como Uber con las licencias VTC. Mantiene acuerdos con empresas dedicadas al reparto, que son las que contratan a los repartidores para cubrir la demanda de la plataforma. Es un modelo donde se externaliza por completo la actividad principal -el reparto-, lo cual en realidad supone una cesión ilegal de trabajadores, ya que Just Eat funciona prácticamente como empresa fantasma. Sin embargo, y esto es importante

destacar, se trata de la única plataforma de reparto que nunca recibió una sola denuncia, a pesar de que tampoco opera en los márgenes de la ley ni posee repartidores o vehículos en su plantilla. Según nos dijeron en la reunión, Just Eat impone como condición previa al acuerdo con las flotas que los repartidores deban estar contratados, ya que abogan por la laboralidad y por subir el nivel del trabajo en plataformas. No obstante, en el ambiente es bien sabido que esto no se cumple: no aplican los convenios pertinentes, evitan todo tipo de pagos extras y ha habido casos dramáticos de despidos masivos en una sola mañana.

El fondo del asunto es que, en un momento de la conversación, el gerente nos comentó que además son la única plataforma rentable en el país, pues hace tres años consecutivos que estaban generando beneficios. Así que no perdí la oportunidad y le pregunté cómo habían hecho para poder ser rentables bajo este modelo sin haber alcanzado el estatus de monopolio, y me respondió que era porque Just Eat es una mixtura entre las empresas de la generación uno y dos, y que el margen de beneficios lo alcanzan precisamente gracias a los pedidos que gestionan y que las flotas no reparten.

Fue una respuesta totalmente clave, pues confirma el plan de negocio de las demás plataformas. Si en verdad pretenden lograr ser rentables algún día, o bien deben aumentar su red de clientes, o bien incrementar sus márgenes de ganancia por cada transacción. En ambos casos, es prioritario eliminar rivales y conquistar el mercado para imponer sus condiciones. Pero la pregunta que surge es evidente: ¿por qué, en vez de complicarse tanto la vida e invertir miles de millones, no se dedican a gestionar pedidos de los restaurantes que ya cuentan con sus propios repartidores -modelo generación uno-? La respuesta la da el propio CEO de Glovo, Oscar Pierre (2019), aunque de un modo un tanto enigmático: sería porque las plataformas de reparto han apostado por “el tamaño del pastel”, por lo que en cada país habría espacio para una o dos plataformas, no más.

De esta afirmación se derivan dos cuestiones fundamentales, que servirán para comprender su trasfondo. Primero, que un “pastel” pequeño es una opción tan poco ambiciosa respecto a las gigantescas posibilidades que ofrece el mercado, que es prácticamente inviable, pues la competencia la eliminaría de golpe. El objetivo sí o sí debe ser invertir dinero en crecer, para lo cual es primordial mantener a los repartidores como autónomos. Y, segundo, que, como se podrá imaginar, hacer crecer el mercado del

reparto a domicilio mientras se compite frenéticamente por controlarlo, es un proyecto muchísimo más seductor para el capital riesgo.

En consecuencia, y a diferencia de cómo lo plantea Oscar Pierre, la evidencia indica que no es que las plataformas de reparto apostaran por hacer crecer el tamaño del pastel todo lo posible, más aún si consideramos que es la opción que representa mayores riesgos y probabilidades de fracaso, sino que es la única alternativa que tienen. Se trata de una forma de organización que tiene como requisito el poder desenvolverse y adaptarse a un entorno de competencia constante y creciente. Esto es lo que sostiene la agresividad propia del sector, puesto que sitúa a las empresas en una situación límite, de todo o nada. Tal como plantea Srnicek:

Al igual que en el boom de las punto-com, el crecimiento del sector de las plataformas austeras se basa más en las expectativas de ganancias a futuro que en ganancias reales. (...) Hasta que estas empresas no alcancen el estatus de monopolio (e incluso también entonces) su rentabilidad parece estar generada solo por el traslado de costo y la baja de salarios (Srnicek, 2018: 82).

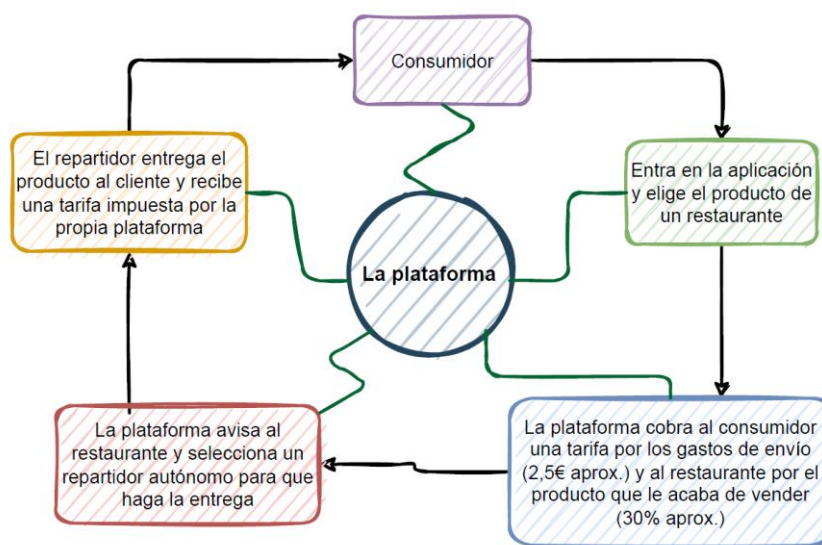
En los últimos años hemos sido testigos de las consecuencias generadas por la carrera que han librado, que se ha transformado en una verdadera maratón en la que cada vez se han ido estirando cada vez un poco más los límites de acción. En este sentido, y tal como decíamos, la estrategia más sonada ha sido mantener a los repartidores como falsos autónomos de modo generalizado, transformándose en la piedra angular que sostiene la expansión del sector. Los clientes, en cambio, son los grandes beneficiados, puesto que cuentan con crecientes garantías, mejoras y facilidades para acceder al servicio.

2.2 Coordinar mercados mediante relaciones tripartitas

Debemos revisar de qué modo opera exactamente el negocio. Como sabemos, las plataformas recolectan y procesan datos en tiempo real bajo el objetivo de actuar como intermediarias. La aplicación de cada empresa funciona como un *marketplace* en el que están anunciados los restaurantes con los que posee acuerdos comerciales -los *partners*-, donde el consumidor entra para elegir el producto que desea.

Al realizar la selección, al consumidor se le cobra el precio original del producto más una tarifa de envío, generalmente 2,5€. Todas las transacciones son realizadas online mediante tarjeta bancaria, que se introduce en la propia aplicación, de modo que los repartidores en ningún momento manejan dinero, salvo contadas excepciones. El *partner*, por su parte, al momento de firmar el acuerdo comercial, recibe un pequeño monitor donde van apareciendo los pedidos que debe preparar. Cada vez que un cliente realiza una operación en la plataforma, suena la alarma en el monitor anunciando el pedido. Mientras tanto, la plataforma selecciona a un repartidor y envía el pedido a su aplicación. Además, cobra generalmente una tasa del 30% del valor total del producto al *partner* y al repartidor le paga una tarifa que ella misma impone, que varía según la distancia, el día y el horario. Ha habido pedidos pagados a menos de 1€, y otros, muy excepcionalmente, pueden llegar hasta los 8 o 10€, aunque la media está alrededor de los 3€ por pedido.

Esquema 3. Modelo de negocio plataformas de reparto⁵⁷



Fuente: elaboración propia.

Las plataformas, entonces, centran su modelo en la posibilidad de cobrar comisiones por ofrecer un servicio de coordinación, ya que los tres pilares del negocio: clientes, *partners* y repartidores son considerados usuarios de la aplicación. Tal es así que, por ejemplo, los

⁵⁷ La versión original de este esquema -aunque muy distinta- la diseñé para una campaña de UGT, llamada “Con este modelo no habrá futuro”, que buscaba explicar las consecuencias de la irrupción de las plataformas de reparto. Está disponible en:

<https://www.ugt.es/sites/default/files/con_esto_modelo_mo_habra_futuro_web.pdf>

repartidores de Glovo deben pagar 2.5€ quincenales por utilizar la plataforma, pues en teoría sería una herramienta para gestionar su propio negocio.

Los *partners*, por su parte, aceptan entregar entre el 25-30% de cada transacción bajo la esperanza de subir sus ventas hasta en un 30% (Ferrer, 2019)⁵⁸, y en condiciones normales son libres de usar una, dos, tres o las plataformas que sean a la vez. Sin embargo, las empresas son especialmente agresivas en su captación, puesto que ahí radica uno de los puntos álgidos de la competencia, en lograr establecer acuerdos de exclusividad. Para ello, generalmente ofrecen una visibilidad especial en su *marketplace* o acuerdos tarifarios, según el poder de negociación de cada cual. Claramente no es lo mismo que un local pequeño negocie con Deliveroo a que lo haga una gran cadena como KFC. Hay acuerdos de exclusividad que han permitido levantar plataformas, como el caso de Glovo con McDonald's en España. En el resto del mundo, el distribuidor único de la gigante cadena de hamburguesas es Uber Eats.

Esta negociación constante entre la plataforma y el *partner* sufrió un claro desequilibrio a partir de la crisis sanitaria generada por el coronavirus, puesto que el reparto a domicilio se transformó en una posibilidad privilegiada -y la única, por momentos- de seguir manteniendo activos los negocios. Bajo ese contexto, las plataformas aumentaron considerablemente su poder y presencia, por lo que aprovecharon la oportunidad para expandirse por el mercado, principalmente a través de tres movimientos: subir las tarifas a los *partners*, introducir una serie de modificaciones en las condiciones de trabajo a los repartidores y potenciar el naciente negocio de las *Dark kitchens* -Cocinas fantasmas-.

2.3 Dark Kitchens y dark stores⁵⁹

La tendencia a intentar construir monopolios y la intensa competencia que produce, ha llevado a que las plataformas de reparto quieran controlar los distintos aspectos que componen el mercado donde operan. Así es como surgen las cocinas fantasmas. Se trata de espacios tipo almacenes, propiedad de la plataforma, ubicados en puntos estratégicos

⁵⁸ Este dato, tal como vimos, lo entrega Deliveroo en su página web, pero también lo sostiene Miguel Ferrer, directivo de Glovo, en la entrevista para el podcast “El futuro del trabajo” que ya citamos más arriba. Está la entrevista completa en los Anexos digitales: “2. Entrevista a Miguel Ferrer. Podcast El futuro del trabajo - Glovo en el ojo del huracán”.

⁵⁹ Nos extenderemos sobre este punto y aprovecharemos de revisarlo a fondo, pues no volverá a aparecer a lo largo del trabajo y es un tema que últimamente está cobrando una relevancia extraordinaria.

de las principales ciudades, que se habilitan con cocinas y se alquilan a los *partners* más demandados. La figura es un poco complicada, porque se trata de una serie de externalizaciones que parecen una cesión ilegal de trabajadores. El fondo del asunto es que la plataforma le ofrece al *partner* la posibilidad de alquilar un espacio para cubrir la demanda de pedidos a domicilio y aliviar la carga de la cocina en el restaurante, con lo que el *partner* envía cocineros a la *dark kitchen* para solventar ese aumento en la carga de trabajo que le da la plataforma. Aquí surge un punto especial para la competencia y la oportunidad de lograr acuerdos de exclusividad, puesto que es poco probable que un *partner* alquile cocinas a Deliveroo, Glovo y Uber Eats al mismo tiempo. Por su parte, cada cocinero enviado a una *dark kitchen*, ahora trabaja bajo un techo propiedad de la plataforma, pero en una cocina alquilada por su empleador, y sólo elabora platos para la demanda que tenga su empresa a través de la plataforma. Además, generalmente hay un supervisor que va coordinando los pedidos, que es un empleado de la plataforma.

Con este movimiento, las plataformas han buscado conseguir básicamente tres objetivos distintos. Primero, un tema logístico, ya que esto les permite reducir los tiempos de entrega a los clientes y mejorar el servicio, pues los cocineros están dedicados exclusivamente a sus pedidos. Segundo, dado que se ubican en puntos estratégicos, pueden ampliar la oferta de ciertos *partners* a más sectores de la ciudad, con lo que han ido aumentando el campo que pueden cubrir, resultando beneficioso para los restaurantes. Además, este movimiento les ha permitido eliminar fronteras y sofisticar la oferta disponible. Uno de los principales puntos bajo los que se pensaron las *dark kitchens* fue poder ofrecer la comida de restaurantes que no están en la ciudad. Así, por ejemplo, a través de Deliveroo, en Madrid se puede comer de ciertos restaurantes alemanes que no poseen un local en la capital. El restaurante capacita cocineros y los pone a trabajar exclusivamente en las cocinas fantasmas de la plataforma, con lo cual puede ir viendo qué tal va la demanda, qué opinan los clientes y si valdría la pena abrir una sucursal.

Y, por último, el tercer y principal objetivo es eliminar intermediarios. La clave de las cocinas fantasmas es que allí no sólo trabaja gente de los *partners*, sino que cada vez más lo hacen cocineros contratados por las propias plataformas, para ofrecer productos bajo marcas blancas. Del mismo modo que las plataformas recolectan todo tipo de datos de sus usuarios y repartidores, también lo hacen con los *partners*. A partir de la inmensa y valiosísima recolección de datos que han llevado a cabo durante los años que llevan operando, no sólo saben a ciencia cierta cuáles comidas son las más pedidas, sino también

todas las variables que influyen en su demanda: en qué lugar de la ciudad, con qué clima, época del año, si es festivo o hay eventos deportivos, etc. De esta manera, las plataformas han comenzado a generar sus propias marcas, las cuales publicitan en su *marketplace* y preparan en sus propias cocinas. Toda esta información les permite hacer absolutamente eficiente el trabajo de los cocineros, lo cual se traduce en que se necesiten pocos trabajadores y cocinas para cubrir la demanda de varias marcas.

Aquí hay un enorme trabajo de *marketing* detrás. Pongamos un ejemplo concreto para que quede claro. El “Tierra” es una cadena de comida rápida que se ha hecho muy popular en los últimos años por sus burritos y sus precios. Ha abierto varios locales en distintos puntos de Madrid y es de los más demandados en las plataformas. De hecho, es uno de los puntos estratégicos para los repartidores, pues saben que siempre salen pedidos de ahí. Todo esto Glovo lo entiende muy bien, ya que mantenían un acuerdo comercial para el reparto, con lo que vio la oportunidad y empezó a competir. El caso es que, al igual que todo el resto de *partners*, Tierra tenía un lugar en el *marketplace* de la plataforma, donde se anunciaba con prometedoras fotografías de la comida y los precios de su carta. A partir de toda esa información -y quizás también la de otros restaurantes-, Glovo creó su propia marca de burritos, Bendito Burrito, que anuncia de modo prácticamente idéntico en su *marketplace*: mismos ingredientes, tamaño y combinaciones, pero más barato. Es tal el trabajo que hace Glovo sobre este tipo de anuncios que probablemente muchos clientes ni siquiera caen en la cuenta de que están pidiendo comida en otro sitio. Como cabe esperar, a partir de este movimiento, el Tierra ya no es *partner* de la plataforma (ahora reparte exclusivamente a través de Uber Eats).

Imagen 2. Publicidad Tierra



Fuente: perfil Facebook de Tierra, disponible en <<https://www.facebook.com/TierraBurritoBar>>

Imagen 3. Publicidad Bendito Burrito



Fuente: perfil de Bendito Burrito en el *marketplace* de Glovo, disponible en <<https://glovoapp.com/es/es/madrid/search-glovo/bendito%20burrito>>

Cada plataforma ha publicitado con distintos nombres sus *dark kitchens*: en Deliveroo se llaman “Deliveroo Editions”, y ya cuenta con más de 30 almacenes en distintos países; en Uber Eats, por su parte, se llaman “Cloud Kitchens”; y en Glovo operan como parte de su último invento: “SuperGlovo”.

Además, hay una segunda figura de *dark kitchens* que está emergiendo. Se diferencian porque el almacén y las cocinas son propiedad de un particular, quien las alquila a los *partners* para que reparten a través de las plataformas que estimen convenientes. Se trata

de un modelo que ya existe en Madrid, y que ha sido llevado a cabo por un ex alto mando de Uber.

Por su parte, el recién nombrado SuperGlovo es resultado de otro fenómeno emergente, las *dark stores* -tiendas fantasmas-. El concepto es parecido al de las cocinas, pero está enfocado en los supermercados. Glovo ha comprado almacenes en puntos estratégicos de las ciudades y los hace funcionar como bodegas, donde guarda los productos que sus clientes más demandan de los supermercados. Así, cuando el usuario entra en la aplicación para comprar víveres o productos de limpieza, Glovo elimina al intermediario y se los vende directamente. En los SuperGlovo hay todo tipo de marcas y la plataforma juega con ello. Por ejemplo, en su *marketplace* aparece el logo de Mercadona, como si ambas empresas tuvieran un acuerdo comercial y se pudiera comprar sus productos directamente en la aplicación, pero no es así. Es un logo igual a primera vista, aunque no idéntico, y Glovo lo utiliza para competir (Pierre, 2019). Cuando el usuario entra en el espacio de “Mercadona” y hace una selección de productos, Glovo se los lleva desde sus propios almacenes.

En los mismos lugares que la plataforma ha utilizado para hacer operar las *dark store*, ha habilitado espacios con cocinas para incursionar en las *dark kitchens*.

Por último, hay otro fenómeno que se suele asociar a las cocinas fantasmas, aunque en estricto rigor no lo son. Se trata de los “restaurantes virtuales”. El punto es que ha sido tal el crecimiento de la demanda en las plataformas de reparto, que incluso se han creado “restaurantes” que han construido su marca enfocados exclusivamente en el sector. Básicamente se trata de lugares donde hay una cocina y un pequeño mostrador para entregar los pedidos, sin mesas, sillas ni atención al público. Trabajan con todas las plataformas posibles y últimamente están viviendo un auge. Ya en 2018 Uber Eats poseía acuerdos con alrededor de 125 locales de este tipo (Periódico El Español, 2019). Como desarrollan su reputación entorno a las plataformas, generalmente centran el negocio en la preparación de comidas con poca competencia y alto potencial. Así han florecido las ofertas de comida thai, sushi, pizzerías especializadas o incluso los poke.

Hasta hace poco tiempo atrás, las cocinas fantasmas todavía eran un fenómeno relativamente desconocido, pero durante el año 2021 se comenzaron a transformar en un

gran problema para las ciudades. Desde la crisis del COVID-19, las plataformas aprovecharon el poco tránsito en las calles y las escasas posibilidades de organización de las comunidades para instalarlas por diversos sectores. Los barrios céntricos de Madrid y Barcelona, por su carácter estratégico, han sido los puntos escogidos. Muchas fueron construidas directamente en las plantas bajas de edificios residenciales, afectando en la calidad de vida de la comunidad. De un momento a otro, los vecinos vieron que la actividad cotidiana de su calle se había transformado por completo, pues comenzó a estar repleta de repartidores a todas horas, camiones con trabajos de carga y descarga y varias cocinas funcionando en simultáneo, todo lo cual genera muchísimo ruido y olor. Además, las cocinas y tiendas fantasmas tienen una característica particular. Como su campo de acción es el medio digital y el objetivo es no perder el encanto de la plataforma de cara al usuario, intentan pasar desapercibidas en la vida de la ciudad, derivando en que mantengan una estética descuidada, como si fuera un local deshabitado. No hay letreros, logos ni nada parecido, simplemente una puerta cerrada. Dejo aquí fotografías de una tienda fantasma de Glovo y otra de una cocina fantasma de Uber Eats, ambas en el barrio de Prosperidad, en Madrid:

Fotografía 1. Dark store Glovo



Fuente: elaboración propia.

Fotografía 2. *Dark kitchen* Uber Eats



Fuente: elaboración propia.

Cuando se cruzan las puertas del almacén de la primera fotografía, se está ante un verdadero supermercado, considerablemente más grande que los que suelen funcionar en barrios de este tipo. La puerta de la segunda foto, en cambio, es imposible cruzarla; además de los trabajadores, sólo han podido entrar inspectores, a quienes no se lo pueden negar.

Ante tal situación, las comunidades de vecinos han comenzado a organizarse, alegando que se trata de una actividad industrial, lo cual está prohibido en zonas residenciales. De tal manera que en el último tiempo se ha transformado en un tema que ha ido ganando creciente protagonismo. Uno de los principales tópicos, sin embargo, es la rivalidad entre la comunidad y los repartidores. Los vecinos alegan que los repartidores no tienen respeto por las normas, dejan los vehículos mal aparcados, orinan en la calle e incluso ha habido casos de acoso a transeúntes. Mientras que los repartidores, tal como veremos, están condicionados por la propia estructura del trabajo, pues los obligan a esperar y pasar las horas en la calle.

En abril del 2021, una comunidad de vecinos del sector de Cuatro Caminos, afectada por la instalación de ni más ni menos que 38 cocinas fantasma en la planta baja de un edificio residencial, contactó a UGT para que conversáramos sobre la organización que estaban

generando y sus demandas. Habían agendado una reunión con una concejala del Partido Popular para que pudiera ver el impacto de las cocinas en su calle, y nos invitaron. Asistí junto al delegado sindical de Glovo -uno de nuestros entrevistados-, que aún es repartidor y frecuenta constantemente el lugar. Los vecinos estaban indignados, varios mantenían colgados carteles en sus ventanas en repudio a la situación, estaban poniéndose en contacto con personas afectadas en otras zonas de la ciudad y entre todos habían comenzado una campaña para que las prohibieran. La concejala, que estuvo largo rato en el lugar -sin poder entrar nunca al almacén, como era de esperar-, decía que es una actividad dentro de los márgenes de la ley, puesto que cuentan con los permisos necesarios, y que además el ayuntamiento apoyaba que surgieran *nuevos negocios y emprendimientos* -palabras textuales-. De todos modos, se comprometió a revisar el asunto para ver si se podía modificar la legislación y frenar su proliferación. Entretanto, los vecinos nos comentaban que eso iba a ser imposible, pues el tema ya estaba bastante encaminado.

Efectivamente, se trata de un negocio que está en pleno auge y donde el capital riesgo ya ha puesto sus ojos. A comienzos del 2021, Glovo cerró la mayor ronda de financiación de la historia de España, 450 millones de euros, con el objetivo de competir contra Amazon a través de sus *dark stores*. La idea es pasar de las 18 que tienen abiertas a 100 (Periódico La Vanguardia, 2021).

Dejo aquí dos fotografías de los carteles que colgaron los vecinos:

Fotografía 3. Carteles en rechazo a las *dark kitchens* en Cuatro Caminos, Madrid



Fuente: elaboración propia.

Fotografía 4. Carteles en rechazo a las *dark kitchens* en Cuatro Caminos, Madrid



Fuente: elaboración propia.

Por último, no podemos dejar de mencionar otra fuente de negocio que explotan las plataformas de reparto: la venta de datos. Ya hemos dicho que allí radica el principal motivo que explica los colosales movimientos de capital entre una compañía y otra, pero el punto es que también se venden a terceros. Según el blog de la compañía pCloud (2021), dedicada al almacenamiento en la nube y ciberseguridad, en una entrada dedicada a un análisis de las aplicaciones más invasivas, destaca que Uber Eats es la cuarta plataforma que más vende datos de sus usuarios en el mundo, sólo siendo superada por redes sociales como Instagram, Facebook y LinkedIn. Deliveroo, por su parte, ocupa el destacado octavo lugar, superando a plataformas como Twitter, TikTok o SnapChat. Es decir que entre las que más lo hacen, destacan las redes sociales y las de reparto.

3. Algunos datos de su expansión en el mercado español

Estos aspectos del negocio que venimos revisando permiten comprender que estamos ante un escenario en constante transformación, donde podemos encontrar varias plataformas en competencia, y que ha dado paso a una forma de operar totalmente agresiva. Por lo mismo, es importante subrayar algunos casos emblemáticos que se mantienen en el rubro, a pesar de las circunstancias, en especial las cooperativas de repartidores. Aquí no podemos dejar de nombrar a La Pájara en Madrid y Mensakas en Barcelona. Ambas

fundadas por miembros del colectivo Riders x Derechos. Mantienen a un pequeño personal con relación laboral y deben apelar más bien al consumo responsable, ya que su oferta es reducida y sus precios son más altos.

En cuanto a su penetración en el mercado, lo que queda claro es que la expansión de las plataformas ha sido explosiva. En España, se trata de un mercado que aún está en pleno desarrollo y todavía queda mucho terreno por conquistar. Ahí está el foco de la competencia. Según plantea el periódico La Vanguardia (2019), en referencia a un estudio del Observatorio Sectorial DBK de Informa⁶⁰, tan sólo el 30% de los locales de restauración ofrecen servicio a domicilio, ya sea propio o mediante plataformas. Lo que da pie para imaginar que el crecimiento agigantado se mantendrá.

Por su parte, la patronal Adigital (2019 y 2020a) ha publicado dos informes dedicados exclusivamente al impacto de las plataformas de reparto, que ya revisamos más arriba, centrados en la actividad del 2018 y 2019. Allí señala que significan un apoyo a la creación y mantenimiento de más de 15.300 puestos de trabajo y que suponen el 15% de la facturación total de plataformas digitales. Además, plantea que para el 2018 contaban con más de 3 millones de clientes, lo que por entonces significaba un crecimiento multiplicado prácticamente por tres desde 2016, llegando en 2019 a un total cercano a los 4.7 millones de perfiles (un usuario puede tener perfil en más de una aplicación), que se tradujeron en una cifra cercana a los 36 millones de pedidos. Todo esto significó que aquel mismo año generasen una aportación al PIB (Producto Interno Bruto) de 643 millones de euros, logrando un impacto total en la economía en términos de VAB (Valor Añadido Bruto) cercano a los 700 millones de euros. Por otra parte, y esto es fundamental, destacan que poseen 64.500 acuerdos de colaboración con restaurantes y comercios, para los que han significado la posibilidad de generar ingresos que rondan los 250 millones de euros.

Por último, los informes resaltan constantemente que una de las principales aportaciones de las plataformas de reparto es que contribuyen a luchar contra la economía sumergida, puesto que el 92% de los pedidos se realizan por medios electrónicos, lo que garantiza la

⁶⁰ Sólo es posible acceder al estudio comprándolo a un precio bastante elevado, y dado que sólo nos interesa este dato particular, utilizamos la nota de prensa.

transparencia en las transacciones y asegura los ingresos de los repartidores. Este es un punto realmente sensible sobre el que ya volveremos más adelante. De momento, nos vale con recordar lo que decíamos más arriba: las tres principales compañías han debido enfrentar juicios por utilizar personas en situaciones administrativas que no les permitían trabajar como autónomos.

Los repartidores y el trabajo

El eslabón fundamental en todo este amplio escenario son los repartidores. Sin ellos, las cosas simplemente no llegan a los clientes. Por tanto, y ya habiendo explicado el panorama general de las plataformas y sus principales características, debemos centrarnos de lleno en lo que nos convoca: la articulación del modelo de trabajo y cómo se insertan los repartidores en él.

Para comenzar, y tal como veíamos al principio de la investigación, debemos recordar que sus pilares son:

- Los repartidores deben darse de alta en el RETA.
- El modo de pago es por tarea realizada -por pedido-. Cada quincena, la plataforma realiza una factura a nombre del repartidor y él debe revisar si está correcta.
- Los repartidores son evaluados por clientes, *partners* y por la propia plataforma a través de los sistemas de reputación, que operan como cajas negras.
- A partir de las estadísticas personales resultantes de esta evaluación, se debe competir por las horas y la carga de trabajo.
- Las plataformas introducen cambios constantes en diversos aspectos que componen la organización del trabajo, según las necesidades de cada momento: modo de competir por horas y carga de trabajo, tarifas, bonos, contratos, distancias, duración de las franjas o *slots*, etc.

Guiaremos esta parte del análisis dividiéndolo en tres partes, a través de las cuales poco a poco iremos alcanzado un grado de profundidad mayor. En la primera, el objetivo será comenzar a sentar las bases de todo el recorrido. Daremos un vistazo a la estructura fundamental del trabajo, sus requerimientos y revisaremos de manera general cómo se compone el día a día de los repartidores y sus principales aspectos, centrándonos en las distintas instancias que todos deben enfrentar y los desafíos que plantean. En la segunda, en cambio, entraremos de lleno en las técnicas para la organización del trabajo, los

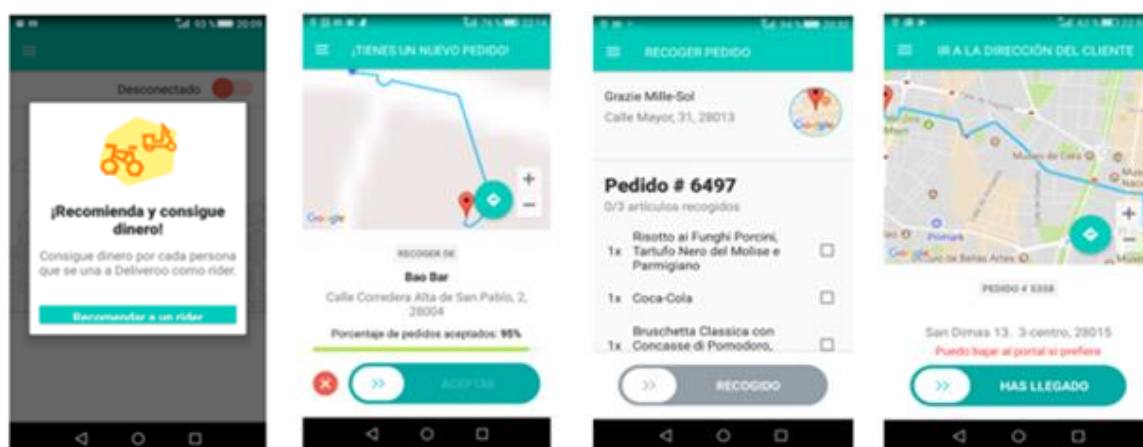
distintos elementos que la componen, el panorama que tejen y, según he podido ver, de qué modo interpelan a los repartidores y las principales estrategias identificadas para enfrentarlo. Por último, en la tercera parte analizaremos a fondo la organización del mercado de trabajo informal del cual se ha nutrido el sector, fenómeno fundamental para comprender la arquitectura del modelo en su conjunto y donde pondremos especial atención a la situación estructural de los repartidores.

1. La estructura fundamental

Como decíamos antes, para ser repartidor no hay que hacer nada especial ni tener ninguna cualidad extraordinaria. Basta con darse de alta como autónomo, contar con vehículo propio, tener un teléfono inteligente con internet y llamadas y alquilar/comprar a la plataforma la mochila con su logo, el soporte para el móvil y una batería externa para estar siempre preparado. Aunque las empresas lo presentan través de un entramado lingüístico que construye un panorama idílico, en la práctica diaria el trabajo es bastante rutinario, y funciona así:

- 1- Para poder empezar a repartir, primero debes iniciar sesión en la aplicación, lo cual sólo es posible estando dentro de la zona de la ciudad donde tienes el turno asignado. Si se está fuera de la zona, la plataforma no permite entrar. Cada plataforma tiene subdivida la ciudad según su propia logística.
- 2- Una vez por el sector, hay que ponerse “Disponible” y esperar a que caiga un pedido.
- 3- Cuando eso pasa, suena una alarma en el teléfono y en la aplicación aparece la información: dónde está el lugar de recogida, de entrega y cómo hacer la ruta. Hay un tiempo de tres minutos para aceptarlo. Si no se acepta en el plazo, se pierde el pedido. También está la opción de rechazar.
- 4- Habiendo llegado al *partner*, aparece “la comanda” y el código del pedido. Hay que mostrárselo al personal del local para que lo puedan identificar. Una vez que está listo, hay que marcar las casillas correspondientes y poner “Recogido”.
- 5- Cuando se llega donde el cliente, se pone “Has llegado”, se entrega el pedido (ojalá que te den propina) y luego se marca “Entregado”.
- 6- Esperas a que caiga otro.

Captura de pantalla 1. Aplicación repartidores de Deliveroo



Fuente: tomadas desde mi propia aplicación durante el 2018.

Por un tema de logística, se supone que los repartidores en bicicleta cubren los pedidos de menor distancia y en lugares céntricos, mientras que las motos recorren las periferias y se encargan de los pedidos largos. Este ha sido uno de los puntos que más cambios ha sufrido. Para las bicicletas, hasta el 2018 solía considerarse un radio de 3 kilómetros desde donde se encontraba el repartidor hasta el local en que debía recoger, y luego otros 3 kilómetros desde ahí hasta la dirección del cliente. Pero con el tiempo se ha ido ampliando cada vez más. Hoy en día hay pedidos de un total de 8 o 10 kilómetros y no es raro ver a repartidores en bicicleta por barrios periféricos. Todo cual, evidentemente, ha hecho que sea cada vez menos rentable trabajar en bicicleta. Una estrategia común para intentar aprovechar esto es configurar la cuenta en modo “Bicicleta” y repartir en moto o bicicleta eléctrica, así hay más probabilidades de que los pedidos sean relativamente cortos y se puedan hacer más en menos tiempo. De todos modos, estos movimientos han implicado que repartir en bicicleta vaya transformándose en algo cada vez más escaso, símbolo más bien de aquellos que están comenzando o no tienen dinero suficiente para comprar una moto.

Como se podrá imaginar, el trabajo no es especialmente complicado de ejecutar -recoger pedidos e ir a dejarlos- y entre las tres aplicaciones no existe gran variación en ese aspecto. La principal diferencia es que Deliveroo y Uber Eats se dedican exclusivamente al reparto de comida, mientras que Glovo ofrece repartir todo tipo de productos o hacer recados. Además, Glovo es la única que está activa las 24 horas del día, las demás dejan de operar

a medianoche entre semana y a la 1am los fines de semana. Pero el funcionamiento es básicamente el mismo, y los repartidores que trabajan en Glovo generalmente también lo hacen para Uber Eats y Deliveroo. No se trata de combinar trabajos, sino de hacerlos en simultáneo. Es normal que un repartidor lleve en la mochila pedidos de dos o más plataformas distintas a la vez. Aunque, como veremos, este ha sido uno de los principales puntos para defender la flexibilidad del modelo, en términos concretos supone estar evaluado por varias plataformas en tiempo real y tener que cumplir con las exigencias de cada una de ellas. Sea como sea, más de alguna vez, cuando entre los repartidores nos poníamos a sacar cuentas de cómo había estado la jornada, podía ver que también era motivo de un cierto orgullo entre algunos compañeros, ya que significaba ser muy rápido y efectivo, un elemento fundamental para destacar y progresar.

Cada empresa ha creado sus propios términos para referirse a su actividad, intentando generar un ambiente juvenil y divertido. En Glovo, el repartidor es un *Glover*, las franjas horarias para trabajar son *slots*, la carga de trabajo son *Glovo*s, las horas de trabajo en alta demanda son *diamantes* y los pedidos en esas horas se llaman *misiones*.

En Deliveroo, por su parte, cada repartidor es un *Rider roo*, más conocido como *rider*, las horas de trabajo son *franjas* y la carga también son *misiones*.

En Uber Eats, más curtida por los constantes juicios que ha afrontado su matriz central, Uber, los repartidores tienen el estratégico nombre de “socios colaboradores” y la carga de trabajo son *viajes*.

Durante todo el tiempo que los repartidores se encuentran conectados a la aplicación para trabajar están siendo geolocalizados, al punto de que las plataformas incluso saben cuál es la media de velocidad de cada uno. Además, mientras que están recorriendo las calles para entregar los pedidos, en las oficinas hay un equipo de Soporte coordinando y organizando el trabajo. Son los que se encargan de solucionar las incidencias y a los que se les debe informar cualquier problema que ocurra. La comunicación entre ambos es a través de un chat que hay en la propia plataforma. Ese es el único medio de contacto formal entre el repartidor y los que van coordinando su trabajo. Lo mismo sucede para hablar con el personal de las oficinas en general, todo se realiza por correo electrónico o chat, salvo reuniones informativas excepcionales.

Hasta hace un tiempo, para todos estos asuntos, los repartidores de Deliveroo debíamos usar la aplicación Telegram y el contacto se llamaba “Rider Support”. Sin embargo, el historial de aquellas conversaciones fue utilizado como evidencia en numerosos juicios para demostrar que el personal de las oficinas entregaba instrucciones claras, lo cual es indicio de relación laboral. Cabe suponer que fue por ello que el nuevo el chat que se incorporó en la plataforma borra automáticamente el registro de las conversaciones⁶¹.

1.1 Las Tarifas

La forma de ganar dinero es por cada pedido efectivamente entregado al cliente. Como el reparto debe ser realizado lo más rápido posible, a riesgo de bajar la valoración en el sistema de reputación, el promedio ideal, fijado por las propias empresas, es intentar hacer mínimo dos pedidos por hora de manera constante. Cada plataforma tiene su propio sistema para calcular el pago por pedido, pero en todas se compone de una tarifa fija más un variable por distancia. En otras palabras, esto quiere decir que la retribución por cada tarea realizada es impuesta por la propia empresa. Así, y dado que el trabajo se organiza y articula según la demanda, la ecuación que determina la tarifa varía según el día y la hora. Un pedido que se entrega un martes a las 16.00pm no se paga igual que un sábado a las 22.00pm. Además, las empresas generalmente van introduciendo bonos en horas y momentos específicos, que se suman a la ecuación.

1.2 Las horas y la carga de trabajo: *franjas, slots, misiones, gloves, viajes* y la caza de horas

Como decíamos antes, y aunque ya profundizaremos en la mecánica de este aspecto, sabemos que los repartidores deben competir por las horas y la carga de trabajo. Sin embargo, hay ciertos horarios que todos tienen asignados, las horas punta o de alta demanda: viernes, sábados y domingos de 20 a 23hrs. La competencia se da más bien por las horas en los días de semana, cuando hay menos demanda y menos repartidores asignados. Además, no existen las jornadas de trabajo como tal, sino que el día y la noche (recordemos que Glovo reparte las 24 horas) están fraccionadas por horas. De modo que, para poder gozar de lo que comúnmente entendemos como un turno de trabajo, se debe

⁶¹ Personalmente, jamás le vi la cara a alguien de “la oficina” mientras estuve como repartidor, sólo el día que fui a la sesión informativa. Tampoco uno sabe con quién está hablando por el chat mientras trabaja. Es todo anónimo.

encadenar horas seguidas, cosa que no siempre es posible. No obstante, existe la posibilidad de “cazar” horas. Esto es que si un repartidor cualquiera tiene una hora asignada y no puede o no quiere cumplirla, tiene la opción de soltarla, y aparecerá en la aplicación disponible para el resto; pero sólo uno, el más rápido con el teléfono, podrá “cazarla” y será suya. Sólo se pueden cazar las horas que no se tienen asignadas, y quien no trabaja no cobra. Todo esto, teniendo en cuenta que cada hora soltada también implica una penalización en el sistema de reputación.

Al ser un claro indicio de laboralidad, la asignación de horas ha sido un tema de constante conflicto. El horario para poder trabajar siempre se tuvo que ganar en la competencia a través de los sistemas de reputación, y si bien el sistema permitía ofrecer la disponibilidad como mejor pareciera, era la propia plataforma la que, según esa información, realizaba la selección y determinaba cuándo y cuánto se podía trabajar. Hoy en día, tanto Uber Eats como Deliveroo han implementado la conexión libre, donde cada repartidor se puede conectar las horas que quiera, cuando quiera. Uber Eats, ya acostumbrada a la batalla judicial de su matriz, comenzó implementando el sistema. Deliveroo, por su parte, se demoró bastante y lo introdujo recién en 2020, en plena cuarentena del COVID-19.

1.3 El riesgo

Este aspecto es fundamental. El riesgo es uno de los principales resultados que surge de la organización del trabajo, y la forma que cada repartidor tiene de interactuar con él aparece como un eje del modelo. A grandes rasgos, hay dos tipos de riesgo derivados de la actividad: el de no alcanzar los parámetros de rendimiento para mantenerse en competencia, lo que se traduce en bajos ingresos y más pronto que tarde en que se haga inviable seguir trabajando; y, junto con ello, el riesgo explícito y permanente de convivir varias horas al día con el tráfico de la calle, que aumenta cuando se está medido constantemente, interpelado a poner en marcha distintas estrategias para aumentar el rendimiento. Las más comunes son ir en contra del tráfico para acortar un trayecto, saltarse luces rojas en los semáforos o cruzar de calle a acera indistintamente. En mi propia experiencia, la asunción del riesgo actuaba como gasolina y como freno, al mismo tiempo. Como gasolina para mejorar la calidad de vida y cumplir mis proyectos, y como freno ante la posibilidad palpable de, en la búsqueda de aquel objetivo, sufrir daños graves o incluso morir.

El caso es que los riesgos propios de la actividad son amplificados por la organización del trabajo y traspasados por completo a los repartidores. En un trabajo realmente peligroso, el escenario básico es que cada cual debe calcular si conviene trabajar y exponerse a un accidente a cambio de conseguir ingresos. Este mecanismo, que generalmente pasa desapercibido, se hace explícito cuando las condiciones de riesgo aumentan: con lluvia, nieve, calor insoportable o una pandemia. En situaciones así, como se prevé que habrá una disminución de los repartidores disponibles para cubrir la demanda, las plataformas recurren a los bonos, intentando incentivar el salir a trabajar. Y como la inmensa mayoría de los repartidores vive de su trabajo, siempre hay gente dispuesta a exponerse un poco más con tal de aprovechar la ocasión. Sobre esto ha habido casos dramáticos y en diversos medios de prensa se han hecho famosas las fotografías de repartidores trabajando en condiciones climáticas realmente adversas⁶².

Ahora bien, si llega a haber un accidente, las empresas se limitan a enviar una ambulancia, aunque sé de gran cantidad de casos en que el repartidor no recibió ningún tipo de asistencia. Hay accidentes prácticamente todos los días y de diversos tipos, pero los más frecuentes son las caídas y los atropellos, e incluso tres repartidores han muerto mientras trabajaban. Sin embargo, ninguno de todos ellos ha sido considerado como accidente laboral. Además, como a la plataforma no se le puede entregar un certificado de baja por causas médicas ni nada parecido, y dado que el sistema de reputación nunca deja de operar, lo habitual es que cada uno evalúe por sí solo los daños e intente recuperarse lo antes posible para seguir trabajando, pues quien no trabaja no cobra.

De esta manera, a raíz de multitud de denuncias y ante los crecientes juicios, entre el 2018 y 2019 cada plataforma implementó un seguro privado. Los han promocionado como un esfuerzo que va en la búsqueda de aumentar la seguridad sin perder la flexibilidad⁶³. Pero es difícil acceder a ellos. Además de tratarse de un trámite altamente enrevesado, los requisitos para cobrarlo son considerablemente altos. Por ejemplo, el seguro de Glovo sólo cubre con 30€ al día durante dos semanas, siempre y cuando el repartidor haya sido

⁶² El siguiente reportaje cuenta con una recopilación de fotografías:

<https://www.lespanol.com/reportajes/20180206/nieve-castiga-repartidores-glovo-deliveroo-caigo-pago/282722751_0.html>

⁶³ Dejo en los Anexos digitales un ejemplo. Se trata del video promocional del CEO de Deliveroo, Will Shu, anunciando un seguro gratuito para los *riders* de todo el mundo. El archivo se llama “13. Anuncio seguro de accidentes Deliveroo”.

hospitalizado mínimo durante 72 horas; si el daño es a un tercero, el repartidor debe hacer todas las gestiones para proporcionar al seguro un presupuesto de compensación; cuando el accidente termina en Invalidez permanente, la indemnización es de 20mil€; y si es mortal, los mismos 20mil€ más 3mil€ por los gastos del sepelio. Es decir, además de ser escaso, la gran mayoría de bajas por accidentes comunes entre los repartidores no están cubiertas. Como se sabe, no es necesario estar hospitalizado durante tres días cuando te rompes varios dientes, te fracturas la nariz, una pierna o un brazo. Los seguros sólo cubren accidentes realmente graves, siempre y cuando se estuviera trabajando. Aquí surge uno de los grandes conflictos, pues sabemos que las empresas sólo están dispuestas a considerar como tiempo trabajado aquel que transcurre cuando se tiene un pedido dentro de la aplicación, a lo cual, de cara a la cobertura del seguro, le sumaron 15 minutos extras desde el momento en que se entregó el último pedido. En consecuencia, ha habido accidentes en los que el repartidor iba volviendo de un largo trayecto hacia el punto estratégico donde generalmente espera; y hubo otro en el que un repartidor, tras estar largo tiempo sin pedido, murió atropellado en el viaje de vuelta a casa, aún conectado a la aplicación. En todos estos casos, las empresas dicen que no estaban trabajando.

2. El día a día de los repartidores

Uno de los pilares sobre los que se sustenta el modelo de trabajo en plataformas de reparto, y que también es uno de sus elementos más transgresores, es que no existe la posibilidad de contar con un horario estable – al menos en términos formales-, lugar de trabajo o asistencia de ningún tipo: las empresas no proporcionan un espacio para descansar, esperar, comer, recuperarse de algún accidente ni nada parecido. La plataforma, que vendría a ser lo más parecido a un centro de trabajo, es un espacio virtual; el campo donde se desarrolla la actividad es ni más ni menos que la ciudad; y la jornada está supeditada a la competencia y los vaivenes de la demanda. De modo que todo está marcado por la imprevisibilidad.

Mientras se está trabajando y recorriendo la ciudad, hay quienes llevan altavoces para escuchar música, algunos que hablan con compañeros mediante una aplicación que funciona como un canal de radio, otros que han montado verdaderos campamentos andantes en sus vehículos y también están los que simplemente van sumidos en sus pensamientos. Aunque no hay datos oficiales, lo común es que un repartidor trabaje entre

50 y 70 horas semanales, a veces más, y, hasta donde he podido ver, la posibilidad de tener uno o más días libres en general está supeditada al dinero que se haya logrado juntar en el periodo de facturación. Pues, como se trata de un trabajo autónomo y flexible, en realidad nada ni nadie impide trabajar a destajo.

La consecuencia inevitable de la suma de estos factores es que finalmente la vida diaria se hace en el espacio público, en la calle, ya que siempre existe la posibilidad de que suene la alarma en la aplicación o de cazar una hora no asignada. Tal como se puede apreciar en los principales centros de reunión de cada ciudad, allí es donde se trabaja, descansa, se para a comer, se pasa el rato y se hace vida social. Esto significa que junto a los pedidos que van en las características mochilas, en muchos casos también hay ropa de cambio, comida, agua, herramientas para arreglar el vehículo o incluso artículos más personales, como cepillo de dientes, jabón, desodorante o papel higiénico. Así las cosas, y dado que los repartidores no tienen relación formal con ninguno de los diversos lugares públicos o privados en los que pasan el día, los aspectos más cotidianos y personales se van supeditando al trabajo y sus características.

Bajo ese contexto, y como veíamos en las capturas de pantalla de la aplicación -ver Captura de pantalla 1-, si hablamos en términos generales, podríamos dividir una jornada clásica de trabajo como el deber de enfrentarse a cuatro instancias distintas: la ciudad con su vida y tráfico; los restaurantes con sus preocupaciones; los clientes y sus facultades; y los momentos de descanso -también está la plataforma, sus requerimientos y el rendimiento propio, pero ya entraremos en profundidad sobre eso-.

2.1 Cuando el campo de trabajo es la ciudad

En mi caso particular, apenas sonaba la alarma en la aplicación me lanzaba al tráfico con dirección al *partner* que me entregaría el pedido. Un proceso que, con puntaje y suerte a favor, en un buen día puede suceder hasta 15 veces o más.

Pasar prácticamente todo el día en la calle es complicado y agotador, hay muchísimos factores de riesgo que se vuelven trivialidades, y si a esto le sumamos que debemos entenderla ya no sólo como un espacio público repleto de sucesos, sino como el campo de trabajo, se vuelve todavía más complejo.

Aquí nos topamos de frente con una cuestión básica e irremediable: Madrid, y quizás cualquier ciudad del mundo, sencillamente no está construida para facilitar este tipo de trabajo. Es dudoso pensar que aquellos que han ido diseñando la ciudad tuvieran en cuenta

que alguna vez habría gente que trabajaría en ella de esta manera. Primero, por un tema estructural: casi no hay vías exclusivas para bicicletas y probablemente no exista ninguna ciudad que con lluvia sea más resbalosa que el centro de Madrid. Una gran proporción de las calles están hechas de piedra o cerámica y además están plagadas de “respiraderos” (las rejillas de ventilación), que con lluvia pueden ser mortales para los ciclistas, porque las ruedas se deslizan entre los fierros y patinan por completo. Es explícitamente peligroso y ha sido motivo de bastantes accidentes entre repartidores, ya que de noche y con lluvia sencillamente no se ven. Ahí es cuando se hace trascendental la experiencia para conocer las calles de memoria y adelantarse a la situación.

Y, segundo, por cómo se despliega la vida en la ciudad. Madrid está hecha para hacer vida en la calle, esa es su principal característica, su sello turístico y también lo que la hace tan atractiva y entrañable. Es la marca Madrid. La gente, turistas y locales, salen cada vez que pueden a caminar por sus calles y a disfrutar del aire libre. Esto es literal. Sin considerar grandes avenidas, en Madrid las personas derechamente caminan por la calle. Y es entendible, sus callecitas estrechas y bonitas del centro invitan a eso (pensar en calle La Cruz, cercana a Sol). La consecuencia lógica y cotidiana es que en los barrios céntricos termina desapareciendo la división entre calle y acera. Y para los repartidores, cuyo campo de trabajo es precisamente *esa* calle, simplemente se nos hace imposible el paso, por lo que el recurso básico es tocar la bocina o ir gritando a viva voz para apartar a las masas de gente. Y si además a esto le sumamos la presión por hacer el pedido lo más rápido posible, todo termina en que muchas veces uno vaya en un estado de ánimo realmente colérico.

La escena es la siguiente: una calle llena de vida, repleta de gente mirando edificios, balcones, sacándose *selfies*, con bolsas hasta arriba de compras, otros caminando de la mano, familias con niños, perros, y lo que se pueda imaginar. Una imagen preciosa. Y justo atrás un repartidor en bicicleta con una mochila enorme, que necesita cruzar por ese lugar lo más rápido posible: “¡Permiso! ¡Estamos en la calle! ¡Cuidado! ¡¡¡Permisoooooooo!!!”. No todos entienden la situación, tampoco tienen por qué hacerlo, de modo que muchos devuelven el grito: “¡Tranquilo, coño! ¡Estoy harto de vosotros!”⁶⁴.

⁶⁴ Reproducción exacta de los gritos que me lanzó un señor de unos 80 años, aproximadamente, que caminaba junto a su familia, luego que yo fuera anunciando mi paso para apartar a la gente -precisamente en calle La Cruz-.

Y más de una vez aquello termina en agotadoras discusiones. Para figurarse esto, solamente debemos pensar a los repartidores en medio de la gente cruzando la Gran Vía un viernes por la noche, recorriendo la calle Mayor un sábado en la mañana⁶⁵ o en Malasaña un fin de semana con sus borrachos diurnos y nocturnos.

Sobre esto, tengo una entrada en mi diario de campo que permite hacerse una idea de lo que se va sintiendo cuando el contexto inmediato dificulta realizar la tarea que se tiene por delante, y de la cual, recordemos, depende el sustento. Fue durante una jornada de noche en plena campaña de navidad, en el centro. Por esas fechas la población se multiplica y los comercios sacan a relucir toda su artillería. Además, justo aquel año comenzaron los experimentos de lo que se supone que será la Gran Vía peatonal, por lo que habían cerrado un carril de cada lado. Sin embargo, había tanta gente recorriendo la ciudad que incluso la policía coordinaba el tránsito en las calles aledañas, estableciendo vías para caminar:

Campaña de navidad –sábado, 10 de diciembre de 2017-

Lo de la campaña de navidad hace imposible trabajar por el centro. Hoy en la noche necesitaba hacer 5 pedidos para lograr el bono por quincena y 7 para el bono de horas pico. Este fin de semana no ha estado muy bueno por el puente, así que tenía que meterle toda la fuerza. El problema es que, como entre el 2º y el 3º pedido, terminé metido en pleno centro: tuve que entregar en Sol, y simplemente no se podía ir en la bici. No es que hubiera mucha gente, eran hordas de personas. ¡Imposible trabajar así! Y después más encima me cayó un pedido en Plaza Mayor y, aunque no quería, tuve que ir. Necesitaba todos los pedidos. El problema es que era imposible pasar, y lo único que uno va sintiendo con eso es indignación. Indignación porque tu trabajo se hace en condiciones horribles. ¡Y el único que pierde es uno! (...) El problema es que no va en contra de Deliveroo, sino que juega en contra de nuestra velocidad para hacer pedidos. ¿Y qué voy a hacer, pelear con la gente? No vale la pena,

⁶⁵ La calle Mayor tiene un carril bici que es un verdadero problema para los ciclistas: los coches van en dirección a Sol y las bicicletas hacia la calle Bailén. Al momento de cruzar, los peatones lógicamente prestan atención a los coches y nadie se entera de que vienen bicicletas en la otra dirección, con lo que se hace imposible pasar.

ellos están pasándolo bien. Y uno ahí, apurado, caminando con la bici al lado y una mochila gigante. Una imagen patética” (Diario de campo, 10 de diciembre del 2017).

Por otra parte, si consideramos la exigencia de estar constantemente expuestos al tráfico, se suman aún más factores. Junto al riesgo explícito de pasar largas horas conduciendo día tras día y el cansancio que significa, en el tráfico los repartidores en bicicleta quedamos directamente expuestos al peligro: muchos coches adelantan a menos de un metro o tocan de inmediato la bocina por demorarse en arrancar; incluso cambiar de carril para doblar en una calle es problemático, pues las bicicletas no tienen espejo retrovisor y la enorme mochila impide mirar hacia atrás.

Si ya de por sí es estresante pasar tanto tiempo en la calle conduciendo y escuchando bocinazos, sirenas o motores⁶⁶, a esto le debemos sumar la presión constante de ir lo más rápido posible. Sin mencionar que muchas veces hay que ir con un peso considerable en la espalda. Aunque en teoría las plataformas tienen la norma de que un pedido no puede exceder los 9 kilos, en la práctica no hay empleado de restaurante o repartidor que lleve consigo una báscula para pesarlos, y todo se calcula más bien según las dimensiones. Como se podrá sospechar, hace más bulto un cubo de patatas fritas que dos botellas de vino, pero las segundas pesan bastante más.

En consecuencia, las escenas y las sensaciones diarias se alejan abismalmente de aquella imagen de jóvenes que ganan dinero mientras hacen ejercicio y recorren la ciudad, pues se trata de un trabajo que requiere pasar mucho tiempo en el tráfico -un solo pedido significa mínimo dos trayectos: hasta el *partner* y después hasta el consumidor-, que exige mantenerse en alerta máxima y que a cada rato construye situaciones que son del todo peligrosas y estresantes. Producto de todo ello es que los accidentes y las discusiones en la calle se transforman en pan de cada día.

2.2 Los partners

Cuando por fin podía salir del tráfico y llegaba hasta el *partner* del pedido en cuestión, lo ideal era que el contacto fuera mínimo, que todo se reduzca a pasar a buscar el pedido ya empaquetado y poder seguir el trayecto hacia el cliente, pero casi nunca es así. Además

⁶⁶ Un buen ejemplo del abuso de las sirenas y la contaminación acústica lo da constantemente la policía. Es una imagen habitual verlos prenderla justo antes de un semáforo en rojo y apagarla una vez que han cruzado.

de los ratos muertos a causa de los vaivenes de la demanda y el modo de operar de la plataforma, el día a día también está plagado de momentos de espera, que se dan principalmente en estos puntos. Aunque su tiempo es variable, debemos pensar que la cocina de un restaurante y sus trabajadores generalmente están calculados para atender del mejor modo la demanda de sus clientes *in situ*, por lo cual los pedidos a domicilio muchas veces significan carga extra y no tan urgente. De tal modo que si es un viernes en la noche y el local está al máximo de su capacidad, uno puede llegar a esperar 30 o 40 minutos, fácilmente.

Una de mis tácticas frecuentes cuando un local se estaba demorando demasiado en sacar un pedido era que intentaba apurar un poco el proceso recordándoselo a los camareros, a lo que constantemente recibía las mismas respuestas: “*En dos minutos está*” o “*La cocina está a tope*”. Aquí sucede una situación especial, pues, dado que no somos empleados ni clientes del restaurante, sumado a la considerable cantidad de repartidores que van entrando y saliendo a lo largo del día, muchas veces nos transformamos simplemente en un estorbo. Ante esto, los *partners* también han ido desarrollando algunas tácticas. Hay varios que mantienen la estricta política de no dejar entrar para esperar, aunque esté lloviendo, y otros han habilitado un sector especial para el reparto a domicilio, alejado de camareros y clientes. Muchos de estos lugares están directamente en las puertas traseras e incluso los hay con cristales polarizados. Esto supone fundamentalmente dos cosas. Por una parte, que hay *partners* en los que sencillamente no vemos caras y donde no tenemos a quién reclamar por un pedido de larga demora, aun cuando afecta directamente en nuestro trabajo; y, por otra, una cuestión muy básica, pues ¿cuándo y dónde vamos al baño, si ni siquiera podemos entrar a los locales? Lamentablemente, a pesar de que el contrato entre las plataformas y los *partners* dice explícitamente que deben prestar “asesoría” a los repartidores, el acceso a un baño muchas veces queda relegado al juicio de los camareros de turno, siempre y cuando no tengan la instrucción explícita de decir que no.

Dejo aquí una fotografía de repartidores esperando en un *partner* que habilitó un pequeño local exclusivamente para los encargos a domicilio. Sirve para tener una idea de cómo es el asunto. Resalta la cantidad de repartidores acumulados, fruto de la demora del *partner* y el hecho de que estábamos esperando en la calle. Fue tomada el 16 de febrero del 2018, en pleno invierno.

Fotografía 5. Repartidores esperando



Fuente: elaboración propia. Tomada durante el turno de noche del 16 de febrero del 2018.

2.3 Las facultades de los clientes

Tras recoger el pedido, volvía al tráfico con rumbo hacia el cliente. La interacción con ellos es mínima y en muchos casos ni siquiera existe cruce de palabras. El acto fundamental es la entrega del pedido. Sin embargo, hay algunos que revisan los paquetes ahí mismo para ver que todo está en orden y nada se ha derramado, otros que hacen algún comentario por la demora, los que dan propina, y también los que ofrecen un vaso de agua, cosa que se agradece, especialmente en verano. Pero también están los que hacen vivir situaciones incómodas o derechamente violentas, ya sea porque abren la puerta muy borrachos, porque están de fiesta e invitan a pasar, porque se demoran demasiado tiempo en abrir (hay clientes que están en la ducha o salieron a hacer algún trámite), porque aparecen tapados apenas con una toalla o también porque directamente van desnudos. Esta última es una conducta más habitual de lo que se puede imaginar en los clientes de plataformas de reparto.

Para comprender la dinámica que subyace a una escena así, debemos considerar que uno de los sellos de las plataformas es que ofrecen a los clientes la posibilidad de *empoderarse*

del proceso, permitiéndoles mantener mucho mayor control a través de dos aspectos fundamentales: por una parte, la potestad de calificar el trabajo del repartidor, lo cual afecta directamente en las posibilidades de competir en la plataforma, por lo que es algo que en ningún momento se olvida; y, por otra, que desde el instante en que el repartidor acepta el pedido, el cliente tiene acceso a una fotografía, descripción y a su geolocalización. Por tanto, se trata a todas luces de una situación marcada por el poder y el control. El cliente está lo suficientemente resguardado como para abrir la puerta desnudo, revisar en detalle el estado del pedido o mirar detenidamente la cara del repartidor para ver si coincide con la fotografía que aparece en la aplicación, con la misma autoridad que un policía inspecciona un DNI.

En este sentido, Uber Eats ha dado un paso adelante, pues ofrece a sus usuarios la posibilidad de abrir un chat para hablar con el repartidor mientras está ocupado con su pedido y así tener un servicio personalizado.

A raíz de esta suma de factores, la interacción con el cliente se convierte en un momento que se presta para todo tipo de situaciones, al punto de que el sindicato Comisiones Obreras (2021) denunció casos de acoso sexual sufridos por repartidoras.

2.4 Los descansos

Era en los momentos de descanso cuando intentaba ir a los lugares de reunión. Son instancias que se dan en puntos estratégicos de la ciudad, definidos en aquel momento por las plataformas. Lo fundamental es que son casi siempre relativos y principalmente cuando hay baja demanda. Pues, nuevamente, como se trata de un trabajo autónomo y flexible, en teoría cada uno es libre de elegir cómo, cuándo y dónde trabajar, de modo que las plataformas no los contemplan y quedan a juicio de cada repartidor. Por eso es que se dan en los centros *estratégicos* de la ciudad -de mayor demanda-, ya que, aunque se esté descansando, generalmente se está pendiente de si suena la alarma en la aplicación o si se puede cazar alguna hora suelta.

Además, estos momentos eran perfectos para apreciar algunos aspectos del trabajo y los grupos entre el conjunto de repartidores. En mi caso particular, hasta mediados del 2017 tenía la sensación de que no había marcadas diferencias entre los que parábamos en Tribunal, pues todavía por aquel entonces no empezaban los sobresaltos, ganábamos por horas de disponibilidad y éramos relativamente pocos, así que hacíamos bastante vida en grupo: jugábamos a la pelota mientras esperábamos los pedidos, comíamos e incluso

alguno hasta aprovechaba para dormir un rato. Y tras que cerrábamos sesión, era habitual compartir unas cervezas. Ahí se podía escuchar todo tipo de conversaciones, desde los platos de comida favoritos del país de origen hasta los resultados del fútbol, pero la mayor parte de los temas giraban alrededor del propio trabajo: anécdotas de accidentes, clientes que abrieron la puerta desnudos, nuevos *partners*, clientes famosos, algún carril bici en mal estado, una buena propina, el dinero que se lleva ganado en el mes, las discusiones con el chat de Soporte, los diversos problemas en la plataforma o trayectos irracionalmente largos.

Sin embargo, cuando comenzaron los conflictos y hubo que posicionarse, el asunto cambió. Digamos que la plaza de Tribunal poco a poco quedó tomada durante el día por los repartidores que defendían el modelo de autónomos y el resto nos fuimos moviendo y dividiendo, aunque éramos cada vez menos. De allí surgió el principal grupo de amigos con los que generalmente me reunía durante las jornadas, con los que empezamos a parar en Alonso Martínez. Estaba Cristian, de Ecuador; el rodri, también chileno; Erick, de Honduras y criado en Madrid; el Chipy, de Venezuela; y Diego, también de Ecuador. Aunque todos participamos de las primeras movilizaciones, con el tiempo cada uno fue tomando distintas formas de enfrentar el conflicto, y de a poco todos fuimos dejando la actividad

Para poder comprender cómo se da esta articulación entre intentar descansar, trabajar y pasar el día a día en la calle, siempre teniendo como foco de atención una posible llamada de la plataforma, revisemos lo que nos decía Karol, una de nuestras entrevistadas. Ella es una repartidora de origen venezolano que, cuando la conocí, llevaba alrededor de seis meses trabajando. Emigró junto a su inseparable novio, al cual incluso acompaña a realizar pedidos cuando la situación lo permite. Pequeña, delgada, de tez morena y con gafas, ha forjado una mentalidad a toda prueba para mantenerse en carrera y realiza profundos análisis sobre la realidad de los repartidores. Ambos comenzaron a trabajar a los pocos días de haber llegado al país, alquilando bicicletas de BiciMad -las del ayuntamiento- y apenas pudieron compraron una de segunda mano, que deben compartir durante cada jornada. Pertenecen al numeroso grupo que para en Cuatro Caminos y pasan alrededor de 10 horas diarias en la calle, todos los días, intentando hacer la mayor cantidad de pedidos posible, de manera que ahí es donde finalmente han hecho su vida. Cuando

hablábamos sobre cómo se desarrollaba la cotidianeidad bajo el requerimiento de estar constantemente pendientes de la aplicación, me decía:

- **Karol:** O sea, sí hay horas que se pueden dar por perdidas, porque hay horarios que no te van a salir pedidos, que sabes que son horas muertas (...). Lo que pasa es que nosotros ya sabemos y no nos vamos a devolver a la casa. Ya que estamos allí, nos vamos a quedar conectados. Y si cae algo, bien, y si no, bueno, no cayó. Pero prefiero intentarlo. A mí no me gustaba desconectarme nunca, ni siquiera para comer. Entonces, yo no quería, y mi novio se iba a desconectar para comer y yo le decía: “¡No, no te desconectes, por si cae un pedido y después lo perdemos!” Porque a veces era tan poco lo que hacíamos que encima íbamos a perder un pedido. No, no, no. (...) Yo muchas veces hasta me quedaba conectada comiendo, y si me caía algo, yo terminaba de atragantarme la comida y me iba atragantada a entregar el pedido.

- **Entrevistador:** ¿Y comían siempre en la calle?

- **Karol:** Siempre, siempre. Muchos nos llevábamos comida o algo. A veces lo que hacíamos era que entre todos comprábamos pan y lo llenábamos con queso o jamón. (...) Porque es que nosotros no teníamos un lugar para nosotros sentarnos y esperar los pedidos en una mesa, o comer en una mesa o un comedor. No tenemos nada de eso. Nosotros tenemos la calle.

- **Entrevistador:** ¿Y cuando llovía, qué hacían?

- **K:** A veces, por lo menos en el McDonald's sí nos dejaban, pero en otros lugares no. Entonces, nos poníamos en el edificio, así pegaditos, que medio tú tuvieras un techito y ahí te ponías a esperar, o debajo de un árbol... Tú veías qué techo podías encontrar por ahí donde te pudieras quedar... Y a esperar el pedido así.

Hay que tener en cuenta que se trata de un oficio donde estos ratos muertos son habituales. Tal como iremos viendo, una de las estrategias de las plataformas al momento de organizar el trabajo es contar con más repartidores que los estrictamente necesarios, lo que genera que la demanda se tenga que dividir entre muchas más personas, derivando en

que haya días en que las llamadas de la aplicación pueden ser intermitentes, escasas o incluso nulas.

Por último, es imperativo explicar que en los momentos de reunión y descanso también se pueden dar situaciones de un orden completamente distinto, ya que trabajar y pasar el día en la calle muchas veces nos transformaba en objeto de orden público. Efectivamente, un grupo de repartidores, con sus vehículos y mochilas, reunidos en una plaza céntrica a las 23am -en plena jornada laboral-, sumado al ambiente que generalmente hay en aquellos lugares, no es algo que pase desapercibido, de modo que constantemente hemos sido objeto de revisiones por parte de la policía, ya sea por agentes vestidos de civil o uniformados. No sólo estando reunidos, se ha vuelto una conducta habitual detener a repartidores en pleno trayecto para inspeccionar el contenido de los pedidos. Se trata de una situación que se multiplicó considerablemente durante la cuarentena por el COVID-19, donde se hicieron famosos los casos de repartidores detenidos por llevar drogas en paquetes enviados a través de Glovo, y cuyo contenido no tenían cómo conocer (Periódico El País, 2020). De esta manera, una de las implicancias directas del trabajo es que muchas veces deja expuesto a situaciones que pueden ser del todo incómodas, cuando no explícitamente abusivas y violentas, y que van ayudando a construir un día a día cargado de dificultades añadidas e incluso estigmas. Quizás todas las construcciones en el imaginario que asocian a los inmigrantes con irregularidad, desorden y delincuencia, se ponen directamente en juego frente a un grupo de repartidores, donde lo más probable es que el 100% sean extranjeros y además lleven relativamente poco tiempo en el país. Probablemente sea por esto que, en varias ocasiones, ha sucedido que un control rutinario de la policía en una plaza toma un rumbo inesperado y termina en cacheos innecesarios y escenas cargadas de xenofobia.

Tengo una entrada en mi diario de campo que permite hacerse una idea de lo que estamos hablando.

La policía -sábado 10 de febrero de 2018-.

Generalmente, cuando terminamos de trabajar, nos juntamos en Tribunal y nos tomamos una cerveza para conversar un rato, sobre todo en verano.

Aunque no hacemos mucho ruido, muchas veces llega la policía de modo

rutinario a inspeccionar a la gente que hay en la plaza, y entre esos estamos nosotros. Siempre les decimos que venimos terminando de trabajar, que ya nos vamos, que es simplemente una cerveza después del trabajo... En fin, obviamente nunca lo entienden. El gran problema es que muchos nos tratan de manera bastante despectiva.

Hoy, después de trabajar, nos quedamos tomando una cerveza...a eso de las 00am, como hace muchísimo frío, quedaba muy poca gente y había unos tres o cuatro grupos reducidos y dispersos. Nosotros éramos sólo cinco repartidores conversando. Todo muy tranquilo. Cuando estábamos a punto de irnos y ya habíamos tirado las cervezas, llegaron dos policías de manera sorpresiva y multaron a otro grupo que estaba fumando marihuana a un par de metros, también repartidores. Después fueron hacia nosotros. No teníamos ni cervezas ni marihuana, pero estábamos con las mochilas y las bicicletas, así que nos pidieron el DNI y nos empezaron a revisar, todo a través de un trato exageradamente autoritario. El problema fue que yo no había sacado mi cartera de la casa, así que no tenía el DNI. Le intenté explicar que era porque durante el día íbamos de arriba para abajo y me daba miedo que se me perdiera, pero uno de ellos me miró feo, se burló de mi acento y me empezó a cachear.

El tema del acento me da igual viniendo de un amigo, generalmente me hacen bromas y yo me río y las devuelvo, pero no lo soporto de alguien que no conozco y que más encima lo hace con tono despectivo. No fue una revisada normal: me tocó, me apretó fuerte los testículos y además me trataba como si fuera idiota. Intenté reírme para relajar la situación, pero el tipo no me soltaba. Incluso en un momento me ordenó que me sacara la ropa para ver si llevaba algo encima. Ahí me resistí y le dije que si quería me podía llevar detenido, porque yo, aunque no tengo su acento, ¡sí tengo DNI! Siguió un rato revisando las mochilas y al final su compañero le dijo que se tenían que ir. Pero yo quedé enojadísimo.

La organización del trabajo

Todo lo anterior nos permite ver que las distintas instancias del trabajo van construyendo un entramado que pone en el centro la capacidad de agencia del repartidor y que está articulado mediante la competencia, con lo que, según mi propia experiencia y lo que he podido comprobar a través de las entrevistas, se va componiendo un día a día marcado por los intentos de hacer rendir la jornada al máximo. Por ello, debemos identificar y comprender cuáles son los mecanismos que intervienen en este proceso, de qué modo interpelan a los repartidores y qué respuestas han generado para enfrentarlos.

Para comenzar, podríamos decir que al igual que la estructura de una *start-up* está diseñada para supeditar todos sus componentes al imperativo de competir, cada eslabón de la organización del trabajo en las plataformas de reparto está articulado para obtener rendimiento de los repartidores. Así, si la *start-up* ideal vendría a ser la respuesta empresarial en busca de subvertir las condiciones del mercado y triunfar, el repartidor ideal sería la subjetivación de los requerimientos de la plataforma para dominar la competencia.

Si queremos comprender cómo funciona la organización del trabajo, entonces, debemos partir por tener en cuenta que al tratarse de un sector que basa su modo de operar en la libertad y autonomía de cada sujeto en el mercado, los medios aplicados para que sea efectiva no pueden ser igual que los de cualquier trabajo tradicional, donde existe una serie de reglas y objetivos que todos conocen y que sencillamente se deben cumplir. En este caso, en cambio, se trata de un proceso mucho más sutil y dinámico, que tiene como propósito incentivar constantemente la capacidad de competir y aprovechar oportunidades, y que, por tanto, apunta más bien a la construcción de situaciones que interpelan a los repartidores, donde en vez de dirigir explícitamente la conducta a través de instrucciones claras y precisas, se intentan generar las condiciones necesarias para que, en pleno ejercicio de su libertad, cada uno tome por sí mismo las decisiones buscadas. Todo apunta hacia el juego constante de guiar las conductas en base a una serie de mecanismos que apelan directamente a la capacidad de agencia del repartidor, su libertad, necesidad y deseo de superación.

De todas formas, hay que tener en cuenta que esta lógica no opera como un régimen perfecto e impoluto, acabado y afinado, que se impone en todos los espacios y abarca la subjetividad. En todo este camino, y como iremos viendo, las plataformas han cometido errores absurdos y groseros, transgrediendo flagrantemente sus propios parámetros, además de haber entrado en abierta contradicción con la regulación laboral, lo cual abrió de par en par las puertas para que se generaran espacios de resistencias, disidencias, apoyo ferviente y conflictos de diversos tipos. De modo que también han combinado aquellas sutiles estrategias con otras técnicas viejas y conocidas: instrucciones explícitas, sanciones, amenazas y despidos injustificados. Es más, son este último tipo de acciones las que han derivado en todo el largo recorrido judicial y legislativo que han protagonizado, por lo que dan forma a lo que será la segunda parte del análisis.

Por otra parte, es necesario aclarar que a pesar de los esfuerzos que intentan presentar la organización del trabajo en las plataformas de reparto como el resultado exclusivo de un proceso automatizado, aquí podemos identificar la intervención de por lo menos tres grupos distintos y diferenciados, cada uno con focos de acción interconectados, que van componiendo un entramado denso.

Primero, el grupo de los algoritmos. Hasta donde sabemos, aquí los habría de dos tipos. Por una parte, aquellos encargados de analizar la serie de datos que permitan especular la demanda y fijar la cantidad de repartidores necesarios para cubrirla; y, por la otra, los sistemas de reputación, que miden una serie de conductas para evaluar la calidad del trabajo de los repartidores y clasificarlos según un puntaje. En teoría, para seleccionar a los repartidores necesarios en un determinado momento del día, la plataforma cruzaría la especulación con la reputación, resultando que haya algunos que pueden tener horas y carga de trabajo y otros que no. No obstante, son los sistemas de reputación los que organizan la competencia entre los repartidores.

El segundo grupo es el equipo de Soporte: humanos con contrato laboral que están día tras día en las oficinas ocupados de coordinar la actividad y vigilar que todo funcione como corresponde. Aunque en estricto rigor es uno de los departamentos de más baja cualificación dentro de la estructura de la *start-up*, y no están facultados para discutir las lógicas desde las que se toma una u otra decisión ni qué se les debe comunicar a los

repartidores, sí son lo que mantienen casi todo el contacto directo con ellos de manera cotidiana. A grandes rasgos, dado que son los que atienden a los problemas que puedan surgir, tienen acceso a su geolocalización y además pueden asignar, cancelar o reasignar pedidos según requieran las circunstancias. Digamos que esto es un secreto a voces, ya que el día a día está plagado de situaciones donde intervienen directamente en la coordinación del trabajo. También son los que reciben los reclamos, dudas y peticiones que son imposibles de formular al algoritmo, por lo que manejan información fundamental sobre los repartidores.

Como consecuencia directa de lo anterior, la asignación de carga de trabajo no siempre es un mecanismo tan automatizado como parece, a cada momento hay espacio para la intervención. Todo lo cual, por otra parte, genera todavía más incertidumbre, pues se trata de un proceso anónimo y que no se sabe bien cómo funciona.

Y, tercero, lo que vamos a denominar la “Gerencia”. Aunque en la práctica se trata de varios departamentos, cada uno enfocado a diferentes aspectos de la plataforma -finanzas, legal, comunicación, logística, etc.-, de allí salen distintos tipos de decisiones que afectan directamente en la organización del trabajo. Hablamos de directrices que componen el marco del trabajo y que están motivadas ya sea por el modelo de negocio y sus urgencias, la posición de la plataforma respecto a sus competidores, los problemas legales que se están enfrentando o las estrategias para crecer y conquistar mercados. De aquí se derivan aspectos como: la obligación de ser autónomos, el tipo de contrato, la cantidad total de repartidores en una ciudad, si se utiliza conexión libre o el hecho de que el día esté dividido en horas. No obstante, de este estamento también surgen decisiones para solventar necesidades contingentes, como los bonos que se aplican, el modo de calcular las tarifas o las constantes modificaciones a los algoritmos. Hasta donde he podido comprobar, lo importante de esto para nosotros es que, al igual que los designios de los algoritmos, se trata de un tipo de decisiones que los repartidores desconocen según qué principios se piensan, cuándo llegarán y cómo se ejecutarán, pues simplemente forman parte de las condiciones unilaterales que impone la plataforma.

Los tres grupos son interdependientes y fundamentales para el funcionamiento del modelo. Los algoritmos deben ir siendo ajustados constantemente en los márgenes establecidos por la Gerencia, mientras que el equipo de Soporte necesitaría ser más

amplio para organizar el proceso sin los algoritmos, cosa que la Gerencia no puede permitir. Aunque no es difícil imaginar que el objetivo de la junta directiva de cualquier plataforma es utilizar esos espacios de decisiones humanas como fuente de datos para ir eliminándolos progresivamente, hasta el momento están bastante lejos de ello. Sin embargo, esta composición tiene otro aspecto quizás todavía más importante, puesto que, como iremos viendo junto con las entrevistas, influye considerablemente en las disposiciones y estrategias de los repartidores frente al trabajo, ya que claramente no es lo mismo lidiar exclusivamente con una plataforma automatizada y opaca, que introducir en la ecuación a un grupo humano que la supervisa y que además está siguiendo constantemente el comportamiento.

En este sentido, un error común, consecuencia de la fascinación que desatan los algoritmos en la actualidad, es intentar comprenderlos y analizarlos por separado: la acción humana por un lado y los algoritmos por otro, cuando en el fondo ambos son partes integrantes y características de la misma cosa. El entramado que teje la organización del trabajo no sería tan intenso ni efectivo sin la operación del equipo de Soporte y los constantes cambios introducidos por la Gerencia. De todos modos, y aunque evidentemente el componente humano da lugar a zonas grises, conflictos, favoritismos o resistencias, ambos actúan organizando el trabajo en la misma dirección que los algoritmos, puesto que, a fin de cuentas, todos son parte de la misma empresa. Así, y tal como iremos viendo, el objetivo de los tres grupos, en lo que a nosotros respecta, ya sea a través de sus codificaciones como en las metas impuestas por sus superiores, es estimular constantemente la competencia para construir un escenario donde cada repartidor entienda que debe elevar su rendimiento siempre un poco más si desea mantenerse en carrera.

Dicho esto, desarrollaremos esta parte del análisis diferenciándolo a partir de cinco instancias, donde nos centraremos fundamentalmente en las entrevistas. Primero, revisaremos la presentación del modelo que hacen las plataformas a través de publicidades y sesiones informativas, cómo ello incide en las expectativas que se pueden crear y el contraste con la realidad al momento de comenzar a trabajar. Segundo, veremos el funcionamiento de los sistemas de reputación, qué variables consideran y de qué manera organizan la competencia. Tercero, el entramado que surge a partir de la articulación de los sistemas de reputación con otro tipo de medidas, cómo todo ello genera

un sistema de competencia creciente y cuáles son las principales estrategias desarrolladas para afrontar la carrera que proponen. Cuarto, el papel del equipo de Soporte y qué supone su acción para la organización del trabajo. Y, quinto, el rol de la Gerencia en la gestión constante de los marcos del trabajo para mantener la competencia siempre en un punto ideal, donde la introducción de cambios cobra un papel fundamental. Por último, una vez hecho todo esto, realizaremos algunas reflexiones para intentar interpretar este entramado en un marco más amplio, sus principios y sus propuestas, en qué se basan sus constantes y diferentes requerimientos y en qué dirección, a fin de cuentas, se intenta guiar la conducta de los repartidores para que tomen por sí mismos las decisiones buscadas.

1. La producción de expectativas

Al menos en términos formales, hasta comienzos del año 2019, antes de que el modelo de trabajo de las plataformas de reparto se mediatizara y se hicieran conocidas algunas de sus características básicas, la entrada de cualquier repartidor a una plataforma era un proceso que estaba mediado directa y casi exclusivamente por la imagen que las propias empresas promovían sobre lo que sería un nuevo modo de trabajar. Se proyectaba una determinada idea de la actividad y sus posibilidades, la forma en que debía enfrentarse y cómo todo ello debería permitir alcanzar altos beneficios. En otras palabras, esto quiere decir que una proporción importante de los repartidores que optaron por embarcarse en la aventura de darse de alta como autónomos, creían sinceramente en una imagen poco rigurosa del modelo. En este punto podríamos identificar cuatro causas principales que se conjugan: ser un trabajo relativamente nuevo y del que se conoce poco; el poderío seductor del discurso del emprendedor y su promoción en la economía de plataformas; el *marketing* sobre lo que es ser repartidor: trabajo flexible, autónomo y bien remunerado, mensaje que ha traspasado las fronteras; pero sobre todo debemos considerar una acción mucho más específica por parte de las empresas, que se realiza cara a cara con el repartidor y a puertas cerradas, y que está dirigido a aumentar las bondades y minimizar los riesgos, haciendo que alguna parte de esa ilusión de quienes se deciden a dar el salto se sostenga sobre espacios no mencionados al momento de incorporarse. Todo lo cual es posible precisamente gracias a la puesta en escena del entramado lingüístico que se ha creado para definir lo que sería una nueva forma de trabajar. Nos referimos a lo que sucede en la reunión informativa.

Una prueba irrefutable la podemos encontrar en la sentencia del juzgado de lo social N.º 31 de Barcelona, fechada el 11 de junio del 2019 y referida al macro-juicio de Deliveroo. Allí se aportó como evidencia una serie de correos donde la empresa daba claras instrucciones a las personas que realizarían las sesiones informativas a los repartidores, los *trainers*:

(la empresa envió un correo electrónico) dirigido a los denominados "trainers" al que adjuntaba una "guía del trainer" (...) añadiendo "fijaros en las palabras prohibidas porque en caso de un control externo nos pueden dar problemas legales". En la guía, cuyo contenido se da aquí por reproducido, se recogían:

Conceptos a explicar: (...)

-Flexibilidad de repartos durante la semana ("no utilizar palabras como "horas semanales", "horarios fijos", "horarios" sino "repartos, disponibilidad semanal")

-Disponibilidad para repartos durante los fines de semana: "no utilizar" los términos "obligatorio" ni "turnos"

-Pago por pedido: no utilizar "mínimo garantizado" o "salario" sino pago por pedido o pago por servicio. (...)

Palabras "erróneas" e "ilegales":

Turnos, salario, horarios semanales, horas por semana, mínimo garantizado, uniforme, trabajo, contratación (SJSO N.º 31 de Barcelona, 2253/2019: 7-8).

Aunque se trata de una guía que está explícitamente diseñada para maquillar el modelo frente a la regulación, inevitablemente interviene en las expectativas que los futuros repartidores tendrán sobre su nuevo trabajo. Para ver cómo funciona esto y de qué modo afecta en su disposición, debemos revisar lo que dice Fernando⁶⁷, uno de nuestros entrevistados. Es repartidor desde 2018, miembro de Riders X Derechos y delegado sindical de UGT en Glovo. De origen español, tiene un liderazgo natural que lo ha llevado a ser uno de los rostros más visibles de los repartidores en lo que ha sido el problema de

⁶⁷ Es su nombre real.

las plataformas, pese a lo cual ha logrado mantenerse trabajando sin ser desconectado, cuestión que no ha sido fácil. Además, Fernando tiene la particular característica de que, desde que entró a Glovo, ha trabajado casi siempre de noche, lo que le ha permitido ver situaciones y vivir procesos que no todos los repartidores experimentan. En cuanto a las expectativas previas sobre el trabajo, se podría pensar que en el caso de un español activista y de más de cuarenta años, no quedaría demasiado margen de error, pues ya tendría las nociones básicas de lo que es ser autónomo, o quizás sabría de antemano que existen los falsos autónomos como estrategia de externalización. Sin embargo, no fue así. Al parecer, se trata de una situación con tintes transversales, tal como me dejó claro en la conversación que grabamos:

- **Entrevistador:** Ya, si te entiendo. Pero sí es un mensaje constante de las plataformas.
- **Fernando:** Claro, claro. Es que yo me acuerdo que iba presumiendo de que iba a ser glover, de que iba a ganar un montón de dinero, de que iba a ser autónomo, que era todo súper guay (...)
- **Entrevistador:** (...) ¿Te diste de alta como autónomo para hacerte repartidor?
- **Fernando:** Sí, sí. Claro, yo no sabía nada (...)
- **Entrevistador:** O sea que cuando te hiciste repartidor tampoco fue con esta idea de montar tu propia pequeña empresa...
- **Fernando:** Para nada, para nada. Realmente mi idea era trabajar, para nada montar una empresa.
- **Entrevistador:** (...) ¿Hubo algo en las primeras semanas o en la reunión informativa que te llamara la atención, que te hiciera decir como: “A ver, esto no me lo esperaba” o: “Me huele un poco mal”? ¿o algo así?
- **Fernando:** En la reunión informativa no, porque yo estaba todavía en mi burbuja, en mi emoción de ser rider, y me parecía todo maravilloso. Entonces, yo hice la reunión informativa de súper buen rollo. Me acuerdo además que hasta me felicitaban los de Glovo porque mandé una foto así como guiñando un ojo para la aplicación, que todavía la tengo, que los de Glovo me decían: “¡Tío, qué buena fotografía!”, y yo: “¡Ehhh!”. O sea, un gilipollas. (...) Entonces, me acuerdo que ya me puse a trabajar súper ilusionado en bicicleta,

iba por la calle: “Soy rider, qué guay, voy por la calle”. Yo me lo tragué todo. Y me acuerdo que mi primer pedido fue un supermercado, para hacer una compra en el Mercadona, y me volví loco. Ahí casi, casi lo dejo. En mi primer pedido.

Como se puede desprender de las palabras de Fernando, la presentación y puesta en escena del modelo de trabajo está hecho a través de un entramado lingüístico que tiene sus fundamentos en la práctica del *management*, que:

contribuye a aumentar la incertidumbre del sujeto, que tiene que asumir como dilemas personales las contradicciones del sistema. Mientras el discurso tradicional de la gestión del trabajo –el discurso taylorista, por ejemplo– mantenía muy clara la diferencias entre los intereses de la dirección y los de los trabajadores, el discurso del new management disuelve de un modo semi-místico y psicológico esta distinción, convirtiendo a ambos en proveedores de servicios (Dardot y Laval, 2015: 260).

En término prácticos, esto significa que el trabajo es presentado dentro de un marco de sentido particular, que no todos los futuros repartidores conocen y que entra en abierta contradicción con las nociones básicas que manejamos sobre las relaciones laborales; de lo que resulta que hay ciertos aspectos básicos de la actividad que las empresas sencillamente no mencionan, que dan por sentando, aunque para algunos repartidores marcarán sustantivamente su experiencia. Todos estos aspectos en realidad son elementos cruciales, que podemos resumir en:

- Qué significa ser autónomo y sus responsabilidades (cuota mensual progresiva e IRPF).
- Los daños del vehículo o multas de tráfico corren por cuenta propia.
- No hay accidentes laborales porque no hay trabajadores.
- No hay vacaciones o días libres. Todo queda relegado al criterio personal.
- Se debe competir por las horas y la carga de trabajo.
- Hay un sistema de reputación, pero no se sabe exactamente cómo funciona.

- No hay posibilidad de diálogo ni negociación de ningún tipo: se está sometido a las arbitrariedades del algoritmo y a las decisiones de la Gerencia y el equipo de Soporte.
- Sólo se paga por pedido efectivamente entregado. Si hay contratiempos personales, problemas de la plataforma, errores del equipo de Soporte o cambios en los clientes que impidan hacer un pedido, no se cobra. Del mismo modo, cuando no hay demanda tampoco hay ingresos.

Consecuentemente, como el entramado lingüístico permite suavizar todos estos aspectos o directamente no mencionarlos, finalmente sucede que aquellos puntos que sí es imperativo explicitar, aparecen en un marco que los saca de su contexto real. Esto sucede con todo aquello que significa invertir dinero antes de comenzar a trabajar: hacerse autónomo, conseguir vehículo, contratar gestoría, comprar los materiales de trabajo a la plataforma o pagar un plan adecuado de internet y llamadas. Se trata de hechos que no se explican como lo que realmente son: una apuesta y un voto de confianza al modelo, que además no hay cómo saber si saldrá bien o mal. Por el contrario, son presentados como una pequeña inversión para adueñarse de un futuro prometedor. Esto es fundamental, pues, tal como dice Fernando, la enorme mayoría de los repartidores deciden hacerse autónomos para poder trabajar, no para montar su propia empresa. Por tanto, mientras que la plataforma está tratando con socios colaboradores en supuesta igualdad de condiciones, hay repartidores que están hablando con su nuevo jefe.

Además, debemos considerar que los repartidores proceden de diversas situaciones e incluso de países distintos, por lo cual no todos conocen los pormenores de lo que realmente significa lo que les están diciendo. Probablemente, si las sesiones informativas se realizaran a un bufete de abogados laboristas, no tendrían ningún efecto.

Tal como veíamos con la historia de Karol, muchos inmigrantes se hacen repartidores al poco tiempo de haber llegado porque las plataformas ofrecen facilidades para comenzar que las transforman prácticamente en la única alternativa. En varios de estos casos, los futuros repartidores no sólo no entienden de autónomos ni tarifas planas, sino que ni siquiera saben si Madrid es llano o tiene cuestas.

Tomemos como ejemplo el caso de Esteban. Se trata de un repartidor, padre de familia, que trabaja doce horas todos los días del año, de domingo a domingo. Venezolano de

nacimiento, cuando lo entrevisté había llegado hacía ocho meses junto a su esposa y su pequeño hijo de cuatro años a Madrid. Ingeniero mecánico de profesión y con alguna aventura empresarial en Venezuela, emigraron precisamente porque un familiar que vive en Madrid le dijo que lo podía ayudar para trabajar de repartidor. El punto es que ese familiar, que no era repartidor, sólo manejaba la información que por aquel entonces circulaba en distintos medios: un nuevo tipo de trabajo, de fácil acceso, donde al parecer se paga bien. Es decir que Esteban en realidad no tenía idea con qué se iba a encontrar, a lo que se debe sumar que parte del plan junto a su esposa era que su trabajo fuera el único sustento de la familia durante casi un año. O sea, un todo o nada. En consecuencia, tal como me contó, su táctica fue simplemente prepararse para lo peor:

- **Entrevistador:** ¿Y esto de prepararte para lo peor? ¿Qué significa exactamente?

- **Esteban:** Significaba que no sabía cómo era el terreno aquí, no sabía si era relieve, si era plano, si era llano, en cuanto a la bicicleta. No sabía cuán difícil iba a ser o cuán fácil podía resultar. Sí iba a tener semanas que no tuviera nada, si iba a pasar un mes que no tuviera plata, si lo hiciera bien o si lo hiciera mal, si me agarra la policía, si iba a haber xenofobia, si me iban a acusar con el dedo, si me daba un golpe o un coñazo, como decimos nosotros...A todo eso estaba mentalizado.

Como cabe imaginar, aun cuando la práctica del trabajo pudiera haber superado sus peores expectativas, Esteban simplemente no podía dejar de trabajar. Se trata de un tipo de experiencia frecuente entre los repartidores. No es difícil suponer que una apuesta tan arriesgada esté mediada de algún modo por la reputación y las campañas publicitarias de las empresas. Si se trata de una *start-up* transgresora, con financiación multimillonaria y que se expande vertiginosamente por el mundo, cabe pensar que se transforme en una alternativa seductora. Tal como muestra esta campaña de Deliveroo:

Imagen 4. Publicidad Deliveroo para captar repartidores⁶⁸



Fuente: <https://growproexperience.com/australia/trabajo-en-australia-con-deliveroo/>

Si las plataformas lo promocionan como un trabajo flexible y bien remunerado en el que se puede ganar 10€ por hora (Adigital, 2019), hay repartidores que incluso antes de comenzar a trabajar ya comienzan a sacar cálculos y a elaborar posibles escenarios. Consecuencia de todo esto es que, tal como veremos, hay muchos que acaban en problemas con Hacienda y la cuenta embargada, por pura y simple ignorancia. Así es que la práctica va resquebrajando las expectativas a medida que pasa el tiempo, lo que es fundamental para comprender las disposiciones desde las que se enfrenta el trabajo. Y sobre esto no caben dudas, opiniones ni experiencias contrapuestas, pues el propio sistema de organización impide que un repartidor, por excelente que pueda ser su servicio, alcance inmediatamente ingresos por sobre la media.

Aunque los motivos de Fernando y Esteban al momento de hacerse repartidores eran diametralmente opuestos, sí tienen un elemento común fundamental: ninguno de los dos sabía a ciencia cierta con qué se iba a encontrar. Uno pensaba que era idílico y el otro que

⁶⁸ Nótese que utiliza los conceptos “manejar” y “almuerzo”, un claro guiño a los latinoamericanos.

podía ser terrible, pero ninguno tenía certezas sobre cómo operaba en la práctica real. De forma que ambos, como casi todos, fueron aprendiendo a medida que trabajaban.

1.1 El escenario cotidiano

Hasta donde he podido ver, los repartidores se encuentran de golpe con un panorama que les exigirá de maneras y en aspectos que quizás no esperaban. Todo esto sucede una vez que comienzan las jornadas y se pueden atar ciertos cabos. Pues, si antes decíamos que la lógica de la organización del trabajo es generar las condiciones necesarias para interpelar a los repartidores, en este punto se hace evidente que no sólo hay que recoger y entregar pedidos, sino que existe un entramado complicado que subyace a la actividad. Se trata del proceso de ir conociendo a través de la práctica diaria cómo funcionan los algoritmos y el panorama que tejen, mediante el ensayo y error. La primera aproximación a este punto debemos hacerla estableciendo la composición del escenario cotidiano en el que los repartidores se desenvuelven.

Si tal como lo han dicho varias sentencias, entendemos por tiempo de trabajo aquel que se pasa en la calle disponible para cubrir la demanda de la plataforma, comprendemos de inmediato que, aunque un repartidor llegue a trabajar 70 horas en una semana, la cantidad de pedidos que puede realizar no dependen sólo de su velocidad y posición en la competencia, sino esencialmente de la demanda que tenga la empresa, es decir, de variables que él no tiene cómo controlar. Aunque toda la organización del trabajo se sostiene sobre el relato de que los ingresos serán en proporción al esfuerzo, en ningún momento se menciona que la competencia es constante y que el flujo de la demanda no es ilimitado. Este escenario se articula precisamente en las operaciones de los algoritmos, que actúan como los puntos ciegos fundamentales. No se trata sólo de que no se tiene más que una vaga idea de los parámetros que utilizan los sistemas de reputación para evaluar el comportamiento y asignar carga de trabajo, sino que además no hay cómo saber la especulación de la demanda que ha hecho la plataforma. De modo que, aún sin haber visto su puntaje, el repartidor con la valoración más alta probablemente no tenga una buena racha en pleno agosto. Esto sucede porque el negocio de cada plataforma es entregar pedidos lo más rápido posible para ganar terreno en el mercado, por lo que los algoritmos priorizarán siempre la efectividad de cara al cliente, no la recompensa al repartidor bien puntuado. Lo mismo ocurre a la inversa, da igual qué puntaje se tenga el 1 de enero, lo

más seguro es que todos van a poder hacer pedidos. En otras palabras, cuando la demanda es muy baja o muy alta, la diferencia que pueda haber en la competencia entre uno y otro repartidor prácticamente no se nota. En condiciones normales, esto significa que el tiempo de trabajo y la posición en la competencia en realidad no *aseguran* ingresos, sino que sólo aumentan las *probabilidades* de poder hacer los pedidos que cada uno necesita. Sin embargo, dado que se paga por cada pedido entregado, que la tarifa es impuesta por la propia plataforma según el contexto y que además se puede perder puntaje en cada pedido, finalmente no hay cómo saber cuánto dinero se podrá generar en cada jornada ni si a fin de mes se tendrá el dinero necesario para vivir, independientemente de que se trabaje lo suficiente.

Este es el escenario básico que diseñan los algoritmos, aunque al poco tiempo de estar trabajando se comprende a la perfección, puesto que es el panorama que se enfrenta día a día. En todo este entramado, sólo queda un pequeño espacio que depende de cada repartidor: dar el máximo de sí en los pedidos, trabajar y esforzarse todo lo posible e intentar elevar su rendimiento en cada jornada. Dentro del complejo modelo de negocios de las plataformas, es exactamente en este punto de acción donde la subjetividad de cada repartidor se vuelve un factor crucial: sus deseos, esfuerzos, voluntad, historias pasadas y condiciones actuales.

Es un entramado que produce competencia, incertidumbre e inestabilidad, y que interpela directamente a la capacidad, motivación o necesidad de dominarlo. Es desde este escenario general y fundamental, entonces, que podemos entender los distintos elementos que componen la organización del trabajo y también las estrategias desarrolladas para enfrentarlo.

Para graficarlo de alguna manera, si la organización del trabajo fuese una canción que cada plataforma encargara componer a sus algoritmos, la construcción de esta situación sería el coro pegadizo que los repartidores irían tarareando en la cabeza, puesto que acompaña el día a día, a cada momento. Sin embargo, las plataformas en ningún momento la mencionan, sino que es el propio repartidor el que va conectando sus puntos a medida que pasan los días y la va descubriendo, al tiempo que también va diseñando las estrategias para afrontarla, pues se transforma en el terreno donde se libra su lucha.

2. Sistemas de reputación

Para comenzar a desenredar de qué modo cada plataforma construye y gestiona este escenario básico, debemos partir por los sistemas de reputación, los algoritmos que actúan como la viga maestra de la organización del trabajo.

A grandes rasgos, podríamos decir que cumplen básicamente tres funciones: recolectan y sistematizan datos según los parámetros establecidos para la competencia, asignan carga de trabajo considerando los resultados de ese proceso y ponen la información a disposición de los consumidores para que puedan guiarse.

De esta forma, el actuar de los sistemas de reputación no sólo permitiría sustentar todo un modo de trabajo basado en los avances tecnológicos y articulado a través de la competencia, sino que también, y consecuentemente, reducirían los costes de la transacción tanto a la empresa como al consumidor; minimizarían el margen de error al intentar predecir el comportamiento del colaborador; otorgarían voz a los consumidores; incentivarían un mejor comportamiento de los trabajadores; actuarían como mecanismo de control; y darían a los “buenos trabajadores” la posibilidad de distinguirse del resto (Fernández et al., 2018: 40). De alguna manera, son la expresión del discurso de toda la economía de plataformas sobre la introducción de avances técnicos para ampliar los beneficios de la meritocracia y la competencia como principio más justo. No por nada Brian Chesky, el cofundador de Airbnb, se refiere a ellos como estas “cosas mágicas llamadas sistemas de reputación” (citado en Slee, 2015: 115).

Quizás sea por esta serie de ventajas que se mantienen como cajas negras y son resguardados con celo. Este secretismo alrededor de los sistemas de reputación, y de los algoritmos en general, ha generado que sean vistos como la “fórmula mágica” del modelo, aquello que permitiría construir un escenario de competencia generalizada, beneficioso para los trabajadores y efectivo para conquistar el mercado. Sin embargo, aquello es verdad sólo en parte. Por lo menos en el caso de las plataformas de reparto, es fundamental situar su modo de operar en un contexto más amplio e identificar su articulación con otro tipo de medidas. Pues, aunque son un pilar fundamental, sus mecanismos han sido potenciados desde diversos puntos, sin mencionar que son susceptibles de ser modificados con frecuencia o incluso desestimados en casos concretos. No debemos olvidar que es la empresa la que organiza el trabajo desde una cierta lógica, no un

algoritmo neutro. Por eso mismo, sólo una vez que los pongamos en relación con otras variables de la organización del trabajo, podremos comenzar a comprender su fuerza.

Dicho todo esto, gracias a las numerosas sentencias, comunicaciones de las propias plataformas y la experiencia de algunos repartidores, podemos hacernos una idea bastante concreta de lo que sería el núcleo del sistema en su conjunto. A partir de esta recolección, tenemos certeza sobre ocho puntos específicos que consideran los sistemas de reputación para rastrear el comportamiento y categorizarlo según un puntaje. Si bien hay algunos parámetros que habrían sido modificados en el tiempo, cosa que no tenemos cómo comprobar, nos quedaremos con los que sabemos que han operado durante la mayor parte del transcurso de la investigación, a saber:

- Velocidad en la entrega.
- Total de pedidos entregados -o antigüedad-.
- Evaluación de los clientes.
- Evaluación de los partners.
- Cantidad de pedidos rechazados.
- Conexión en las horas agendadas.
- Trabajo realizado en la última semana.
- Trabajar en horas punta o de alta demanda: viernes, sábado y domingo de 20 a 23pm-.

Tal como veíamos anteriormente, si pensamos el funcionamiento de los algoritmos desde una perspectiva que sobrepase las pretensiones de productividad y eficiencia empresarial, en general su modo de funcionar supone una serie de puntos ciegos, ya que no poseen la capacidad de razonar o evaluar contextos, con lo que pueden afectar directamente en aspectos sociales tan elementales como ciertos derechos consagrados o reproducir problemas de discriminación relacionados a características de las personas, como el sexo o la raza.

En cuanto a los repartidores, si consideramos que en su rendimiento intervienen diferentes situaciones ajenas al aspecto netamente laboral (interacción con *partners*, clientes, accidentes, tráfico o hasta eventos climáticos), vemos que, en el afán de los sistemas de reputación por seguir la pista a estas ocho variables codificadas, finalmente lo que sucede

es que evalúan otro tipo de comportamientos, condiciones e incluso características, con lo que se construye un entramado mucho más amplio, que ya no sólo abarca aspectos de la conducta relacionados directamente al trabajo, dando paso a situaciones de discriminación indirectas y sutiles.

Pongamos dos ejemplos, uno teórico y el otro real.

1) Entre las ocho variables identificadas, no vemos nada que apunte directamente a una discriminación por sexo, pero perfectamente podría ser que a lo largo del tiempo el algoritmo haya detectado que un porcentaje progresivo de las repartidoras mujeres sueltan las horas asignadas para trabajar pasada la medianoche, transgrediendo uno de los parámetros. Aunque las trabajadoras lo hicieran a consecuencia de una serie de casos en los que se ha visto afectada su seguridad, aquello el algoritmo no lo puede ver. De tal modo que, como su función es simplemente ir encontrando patrones para ser cada vez más efectivo, comenzaría a penalizar directamente a las repartidoras, dificultándoles la posibilidad de mantenerse en competencia y empujándolas a asumir por su propia cuenta riesgos que sobrepasan a los de la actividad. Esto se mantendría así hasta que se dieran cuenta de que el algoritmo las está discriminando deliberadamente por negarse a asumir riesgos que los repartidores hombres no experimentan, para lo cual se tendrían que organizar e intentar dialogar con la plataforma, cosa que probablemente terminaría en los juzgados. Sin embargo, hasta que aquello no ocurriese, el algoritmo seguiría operando e identificando patrones de la misma manera, siempre bajo el principio de penalizar la conducta de quienes no cumplan con la variable “Conexión en horas agendadas”.

2) Se trata de la experiencia vivida por uno de mis compañeros, durante el 2018, que relató una vez que nos quedamos conversando en la plaza de Tribunal después de haber terminado el turno.

En una de las tantas jornadas trabajando de noche, iba bajando por calle Luchana para ir a recoger un pedido en Bilbao, y justo cuando iba a adelantar un coche que estaba parado, el conductor de pronto abrió la puerta para bajarse, impactándolo de lleno. Decía que el golpe fue bastante fuerte y que le dolía mucho, así que fue a urgencias, donde le dijeron que se había hecho daño en un riñón. Incluso estuvo orinando sangre toda esa noche. Como al día siguiente tenía varias horas para trabajar, contó que una de las primeras cosas

que hizo fue empezar a escribir a las oficinas para explicarles lo que había sucedido e informar que no podría conectarse. El caso es que no obtuvo ninguna respuesta, ni esa noche ni al día siguiente. Entonces, como no sabía qué hacer y no quería que el sistema de reputación lo penalizara, se conectó desde su casa, pero rechazando todos los pedidos que le iban cayendo. Lo hizo porque pensaba que alguien leería alguno de sus tantos mensajes y corregirían el error, pero no fue así. Simplemente el sistema le bajó el puntaje por conectarse y no aceptar los pedidos que le iban llegando, cosa que afectó directamente en sus posibilidades de mantener la cantidad de horas y ganar su dinero mensual.

Lo fundamental es comprender que los sistemas de reputación no entienden de problemas de género ni derechos laborales y que su ventaja es nada más que ir desmenuzando los procesos para ir encontrando patrones que quizás serían invisibles al ojo humano, aunque no por ello en concordancia con los criterios acordados democráticamente por los humanos.

Entre las ocho variables identificadas, entonces, se combinan diferentes puntos de vista sobre el desempeño de los repartidores, evaluados en diferentes intervalos, de manera que podríamos ordenarlos así:

Tabla 2. Sistemas de reputación

Datos del repartidor	Recolectados por la plataforma	Obtenidos de terceros	Se suman en la trayectoria	Se reevalúan cada semana
Velocidad en la entrega	X		X	
Total pedidos entregados -antigüedad-	X		X	
Evaluación de los clientes		X	X	
Evaluación de los partners		X	X	
Pedidos rechazados	X		X	
Conexión en las horas agendadas	X			X
Trabajo realizado en la semana	X			X
Trabajar en horas de alta demanda	X			X

Fuente: elaboración propia.

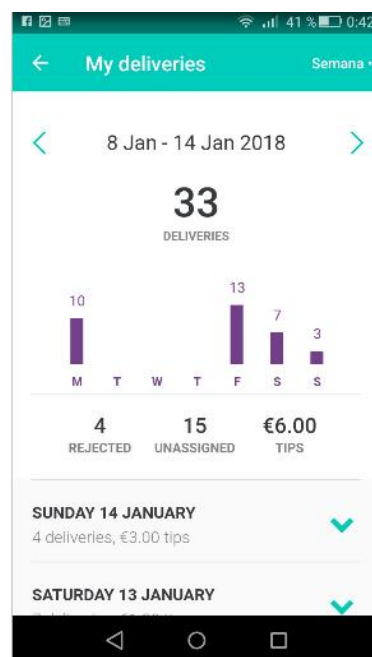
Como vemos, dejan poco espacio para la improvisación. Aunque cabe pensar que el objetivo es que su articulación sea capaz de abarcar la totalidad de las conductas relacionadas al trabajo, es evidente que las sobrepasa largamente, pues parámetros tan

generales y subjetivos como la evaluación de los clientes, pueden incluir aspectos que poco o nada tienen que ver con el desempeño personal. Lo mismo sucede con la evaluación de los *partners*.

El punto es que estos ocho parámetros son el núcleo de organización de la competencia y cada infracción sobre uno de ellos significa una penalización en la evaluación, lo que afecta directamente en la cantidad de horas y carga de trabajo a la que se puede acceder y, por tanto, en el dinero que se puede ganar. Hasta donde sé, salvo las mismas empresas, nadie conoce exactamente cómo funciona la proporción que determina el impacto que tiene una buena o mala calificación sobre el puntaje total. Lo que sí está claro es que no tienen la misma magnitud. Una mala calificación afecta notablemente al puntaje, mientras que varias buenas no alcanzan para contrarrestarla.

Además, uno de los factores principales es que en ningún momento se puede tener acceso a un ranking general para conocer el desempeño de los compañeros y organizarse en base a ello, solamente se pueden ver las estadísticas propias. La información que la plataforma pone a disposición está personalizada y todo parece construido para que sea una competencia a ciegas, lo que inevitablemente aumenta la incertidumbre e incentiva el rendimiento. Dejo aquí un ejemplo.

Captura de pantalla 2. “Mis entregas”



Fuente: sacada de mi propia aplicación durante el 2018.

Sea como sea, el caso es que una vez hecha la estratificación entre los repartidores, la plataforma va creando “grupos de avanzada”, que están compuestos por aquellos que más y mejor trabajan. Así se van estirando los límites de la competencia y marcando la línea que deben seguir los demás. Digamos que es un escenario de competencia que lleva a la práctica las ideas de Spencer y los principios del mal llamado darwinismo social (Dardot y Laval, 2015), ya que al mismo tiempo que impone como modelo de conducta el comportamiento de los mejores, elimina progresiva y sistemáticamente a los peores. Los que tienen la más alta puntuación son los que podrán optar a más horas de trabajo y a los que el algoritmo seleccionará con mayor frecuencia para hacer pedidos durante las jornadas. Una situación que no sólo les permitirá generar más dinero, sino que también les dará la chance de seguir subiendo su valoración. A más puntaje, más pedidos y más evaluaciones. En otras palabras, y tal como recomienda la doctrina neoliberal, aquí la competencia y la lucha es constante, no se puede esquivar.

Es por todo esto que una cuenta con un puntaje alto es un bien realmente preciado, pues no sólo tiene mucho trabajo detrás, sino que fundamentalmente permite gozar de mejores condiciones, aunque siempre hasta nuevo aviso.

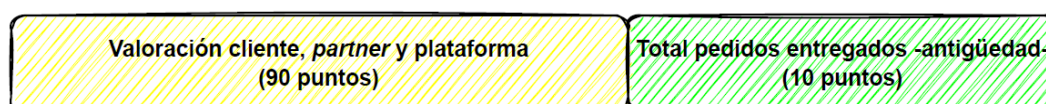
Ahora bien, el modo en que la reputación determina el acceso a las horas de trabajo, depende de cómo lo organice cada plataforma. Por tanto, y dado que Uber Eats ha utilizado siempre conexión libre, revisemos brevemente cómo lo han gestionado Glovo y Deliveroo.

2.1 La lucha por las horas en Glovo

En la plataforma catalana, la puntuación máxima a la que puede aspirar un repartidor llega hasta los 100 puntos. Las ocho variables que identificamos, aquí están divididas en dos grupos, donde cada uno adquiere una proporción diferente frente al total. Por un lado, está lo que la empresa llama “antigüedad”, que se refiere únicamente a la cantidad total de pedidos realizados, equivalente a 10 puntos; y, por el otro, las siete variables restantes, que suman 90 puntos⁶⁹.

⁶⁹ Puede ser que en el segundo grupo haya más variables consideradas, pero no tenemos cómo saberlo.

Esquema 4. Sistema de reputación Glovo



Fuente: elaboración propia.

Cuando un repartidor nuevo ingresa a Glovo, entra al sistema de reputación con 90 puntos: con la valoración de clientes, *partners* y plataforma al máximo, pero sin ningún pedido entregado. El grupo de avanzada, por su parte, comienza a partir de los 95 puntos. En consecuencia, la gestión clave que hace la plataforma sobre la competencia está en los 10 puntos que significan la antigüedad. Es la empresa la que arbitrariamente define en cuántos pedidos se fija esa meta. Fernando, nuestro entrevistado, cuenta que al momento de entrar a Glovo, a finales de 2018, los 10 puntos se alcanzaban con 1.350 pedidos entregados. Sin embargo, como la competencia va en aumento constante, la empresa va moviendo la línea. Así pasaron a 2.500 pedidos, después 3.500, 5.000 y para agosto del 2021 estaba en la temible cifra de 13.451 pedidos entregados. No por nada la propia empresa lo llama “antigüedad”, ya que es prácticamente imposible que un repartidor con menos de dos años alcance los 10 puntos. Es decir, la referencia que considera la empresa para fijar la meta es precisamente la cantidad total de pedidos que llevan los más antiguos, lo que explica que el grupo de avanzada sea bastante reducido y que además varíe según cada ciudad. Por ejemplo, si hay 200 repartidores que tienen sobre los 12.000 pedidos, pero de ellos sólo 50 tienen más de 12.500, la empresa fijará los 10 puntos de antigüedad en 12.500. Todo esto, por otro lado, no quiere decir que aquellos 50 repartidores punteros tengan asegurados los 100 puntos durante un periodo determinado, pues para ello requieren los otros 90 puntos completos, lo cual significa no fallar en ninguna de las otras siete variables. Del mismo modo, ante la posibilidad de que sus compañeros los superen en cantidad de pedidos y la empresa fije un nuevo número que delimite los 10 puntos, deben correr para no quedarse atrás.

Por su parte, para la gran mayoría de los repartidores que no está en ese grupo de avanzada, la única manera de acercarse a los 100 puntos y acceder a los horarios y pedidos deseados es hacer una labor impoluta y mantener la misión irrevocable de trabajar todo lo posible. Debemos considerar que los 5 puntos que separan a un recién ingresado del grupo de avanzada pueden llegar a significar 2.500 pedidos y escasas valoraciones negativas.

En términos simples, se trata de la articulación de un sistema que pareciera estar diseñado para generar un efecto bastante concreto, y es que, sea cual sea la posición alcanzada, la competencia y el sentido de urgencia es constante, interpelando a los repartidores a aumentar día a día su rendimiento.

2.2 La lucha por las horas en Deliveroo

Deliveroo, por su parte, también creó un sistema para gestionar la competencia a partir de los resultados arrojados por el sistema de reputación, implementado a principios de 2018 y bautizado con el poco riguroso nombre de Sistema de Planificación Propia, que apuntaba en la misma dirección⁷⁰. Aunque, a diferencia de Glovo, nadie podía ver su puntuación, la plataforma creaba tres grupos diferenciados para acceder al horario de trabajo, en un proceso que se realizaba una vez por semana. Primero, el selecto grupo de los que podían escoger horarios en la mañana, que tenían el calendario abierto, elegían la cantidad de horas que querían y además el algoritmo los seleccionaba con mayor frecuencia durante las jornadas. Después, el grupo que escogía horarios al mediodía, que debían luchar y trabajar todo lo posible si pretendían ascender al primero. Y, por último, el grupo de la tarde, donde estaba el enorme batallón de aquellos que sólo podíamos acceder a los horarios que habían quedado disponibles. En mi experiencia, esto significó aplicar distintas estrategias para mantener o aumentar mi rendimiento y obtener las horas que permitieran generar los ingresos que necesitaba. Muchos de los que estaban en este grupo en la práctica fueron siendo despedidos, pues el algoritmo cada vez los fue seleccionando menos para trabajar; a pesar de lo cual, como se trata de un sistema de eliminación por competencia, nadie les notificó nada. Simplemente fueron quedando rezagados⁷¹.

En base a todo lo anterior, si seguimos el trabajo realizado por Fernández et al. (2018), podemos diferenciar cinco características fundamentales de los sistemas de reputación en las plataformas de reparto:

⁷⁰ Aunque dejó de operar en la cuarentena por el COVID-19, cuando la plataforma implementó la conexión libre, debemos revisar cómo funciona.

⁷¹ A esto le llamo el “despido por asfixia”, una técnica frecuente que dificulta que el repartidor se dé cuenta que puede denunciar, puesto que en la práctica es él quien termina por dejarlo. Aquí destaca el grupo de repartidores que participaron en las primeras movilizaciones de 2017 y se habían mantenido en la actividad.

- 1- Centralizados: la reputación es fijada desde la propia empresa a través de la recolección de datos referidos al trabajo del repartidor, que pueden ir desde la valoración del cliente hasta indicadores del rendimiento que mide y recopila la propia plataforma (velocidad, disponibilidad, etc.).
- 2- Unidireccionales: sólo permiten que usuario y *partner* evalúen a los repartidores, aunque ellos no pueden evaluar a los demás.
- 3- Ciegos: el repartidor en ningún momento tiene acceso a conocer qué cliente lo evaluó de tal o cual forma.
- 4- Cerrados: únicamente los usuarios de la plataforma pueden acceder a la reputación de cada repartidor.
- 5- Basados en puntuación.

2.3 El objetivo: un trabajo bien remunerado

Como vemos, la realidad de los repartidores no es homogénea. La cantidad de horas que se trabaja a la semana, la posibilidad de tomar días libres o de tener momentos de descanso en cada jornada, por lo general están supeditados a la posición que cada uno haya alcanzado en la competencia. Si bien no se trata nunca de un estatus consolidado, aquellos que van a la cabeza sí que pueden tomarse ciertas “licencias”, ya que eligen cuándo trabajar y ganan más dinero. Por eso mismo, la pregunta clave está en cuánta diferencia puede haber entre un repartidor que forma parte del grupo de avanzada y otro que no.

En mi caso particular, considerando que nunca fui de los repartidores que más horas trabajaba ni de los que más pedidos hacía, intuía que me encontraba en la medianía de la tabla, quizás un poco más hacia abajo, así que intentaba mantener un rendimiento constante para tener siempre entre 25 y 30 horas a la semana, cosa que, como veremos, dado que la competencia va en aumento, fue cada vez más difícil. El caso es que hubo un tiempo en que eso me permitía ganar alrededor de 900€ mensuales, a los que debía descontar todos los gastos de la actividad, llegando finalmente a unos 500 o 600€ limpios, a veces más, a veces menos. No obstante, aquellos compañeros que llegaban al tope de la competencia podían trabajar entre 50 y 60 horas semanales y ganar entre 1500 y 1800€ limpios. De todos modos, hay que considerar que, para llegar a esa posición, lo normal es trabajar los siete días de la semana, unas 70 horas, además de ser sumamente cuidadoso en no fallar en ninguno de los parámetros del sistema de reputación; y una vez que se cuenta con una puntuación alta, hay que mantener el rendimiento. Ese fue el caso de

Cristian, uno de los compañeros con los que tuve más cercanía durante toda mi etapa como repartidor. Él emigró a España para trabajar y poder pagar algunas deudas que tenía en Ecuador, así que estuvo alrededor de un año trabajando de manera desenfrenada, todos los días. Y si no estaba repartiendo, era común encontrarlo en alguna plaza metido en la aplicación para cazar horas. Una vez me contó que hubo una semana en la que hizo cerca de 80 horas, de modo que le pedí que me dejara su teléfono para mirar las estadísticas. Era realmente conmovedor el esfuerzo que hacía: si yo entregaba alrededor de 70 pedidos en una semana y estaba exhausto, Cristian llegaba fácilmente a los 200. Así fue que llegó al selecto grupo que tomaba las horas que quería, hasta que en un momento entendió que podía reducir un poco las jornadas y concentrarse en aquellas horas donde la experiencia le decía que había mayor demanda. El problema es que en esos casos siempre está la duda de no saber exactamente con cuánto alcanza para mantener los ingresos y la posición lograda sin arriesgarse a bajar la puntuación.

De esta manera, la competencia está construida como una suerte de carrera en la que cada repartidor, si cumple con los requerimientos de la plataforma, podrá alcanzar un trabajo bien remunerado. A pesar de ello, es evidente que no todos lo pueden alcanzar, puesto que el camino es especialmente arduo y caprichoso.

Esto me lo decía el propio Sebastián, otro de nuestros entrevistados. De origen español, específicamente de Granada, es repartidor en motocicleta desde el 2019 y, aunque comenzó en Glovo, ha abierto cuentas en cuanta plataforma existe. Es un férreo defensor de su modelo, pues le han dado la posibilidad de trabajar a sus anchas, por lo que está afiliado a las principales asociaciones que lo defienden. *“Es la libertad, el no tener un jefe, el poder hacer lo que te dé la gana. Eso es lo más importante para mí”*, me decía en la entrevista. Lo suyo fue un verdadero acto de fe, ya que decidió cerrar el negocio familiar, que antes llevaban sus padres y después él, para vivir la experiencia de ser repartidor, e incluso se fue a vivir al centro de la ciudad para tener más facilidades de conexión. Sin embargo, le tomó bastante tiempo afianzarse en la competencia:

- **Sebastián:** Yo no ganaba dinero apenas. A lo mejor 100 o 200€. Era de locos.

Pero como yo veía a mis compañeros, a los veteranos, lo que ganaban, lo que hacían, las horas que trabajaban y lo que ganaban, pues entonces yo quería

terminar como ellos. Yo sabía que, si yo aguantaba unos meses, pues yo iba a llegar a ganar como ellos, poco a poco. Y así fue.

En consecuencia, se trata de toda una construcción que es presentada como un espacio gobernado por los principios de la meritocracia, que está diseñada para mantener la competencia siempre al límite y que desde el comienzo pone a prueba la determinación de los repartidores y su capacidad para adaptarse.

3. El entramado de la organización del trabajo

Tal como decíamos, aunque el sistema de reputación es el pilar articulador de la organización del trabajo, para comprender la fuerza de sus requerimientos y desde dónde intenta interpelar a los repartidores, debemos ponerlo en relación con dos medidas más. Hablamos, por una parte, de que el día está dividido en franjas de una hora por las que se debe luchar y, por la otra, que, en busca de crecer y acaparar mercado, las empresas han mantenido la política constante de aumentar cada vez más el tamaño de sus flotas, con lo cual en cada franja cuentan con más repartidores que los estrictamente necesarios para cubrir la demanda y ofrecer un servicio efectivo.

La relación entre estas medidas forma un equilibrio delicado. Si bien cada plataforma debe contar una masa de repartidores que asegure rapidez y competencia, también cada repartidor debe palpar la posibilidad de hacer pedidos, aumentar su puntaje y ganar dinero. De no ser así, el modelo se haría insostenible y la competencia decaería. Probablemente cada plataforma haya generado una relación demanda-repartidores que asegure esta situación.

El caso es que la constante introducción de repartidores, sumada al fraccionamiento del día en franjas de una hora, conlleva a que la demanda especulada por los algoritmos y su distribución en horas y carga de trabajo para cada uno se transforme en un proceso cada vez más competitivo. Por ejemplo, si antes 100 repartidores competían por cubrir x demanda, tiempo después son 150. Además, no podemos olvidar que en tres horas de trabajo aisladas es considerablemente más difícil igualar el rendimiento logrado que cuando están encadenadas. De esta manera, como a la empresa le es indiferente cuántas horas trabaje cada uno, quién haga cada pedido o cuántos pedidos pueda hacer cada uno, sumado a que no siempre es posible encadenar horas seguidas, se crea el requerimiento

de que todos los repartos sean realizados con la mayor velocidad posible, puesto que cada repartidor debe hacer la mayor cantidad de pedidos en cada hora trabajada para asegurar su puntuación en el sistema de reputación y sus ingresos, ya que si no la competencia va dejando atrás. En términos concretos, si en un momento determinado se necesitan, por ejemplo, 50 pedidos semanales para mantener 25 horas e intentar generar x ingresos, tiempo después, para mantener esa situación, se requieren 65 pedidos. Sin embargo, el caso es que es imposible acceder a los datos exactos de esta ecuación, sino que se va intuyendo semana a semana y a través de conversaciones sobre el trabajo con compañeros.

Al mismo tiempo, el aumento de la competencia mejoraría el servicio y le permitiría a la plataforma crecer en el mercado, con lo que habría más demanda para introducir más repartidores. De eso se trata la expansión agresiva.

Según mi experiencia y los años trabajando en el sector, la competencia creciente que arroja toda esta construcción se sostiene fundamentalmente en la incertidumbre de cada repartidor, que no tiene cómo saber si a fin de mes tendrá el dinero que necesita para vivir. No existe siquiera un mínimo asegurado para especular y organizarse, sino que cada céntimo debe ser ganado en la competencia. Es un modelo dinámico y que supone una exigencia constante, donde no hay certezas garantizadas y que puede variar día a día

Más allá de que la experiencia y la evidencia corroboren esta situación, en marzo del 2020 pude comprobarla durante una reunión entre UGT y Glovo, en la que tuve acceso por tiempo limitado a un documento clasificado de la empresa, que había elaborado una socióloga. Entre otras cosas, allí se explicaba que la mayoría de los repartidores se dedica exclusivamente a la actividad y que es su única fuente de ingresos, pues menos de un 5% tenía un segundo trabajo; que los que logran mantenerse por más tiempo son precisamente aquellos que más horas trabajan, ya que van acaparando una mayor proporción de la actividad, donde destacan los inmigrantes, a quienes Glovo reclutaría “como colectivo”; pero lo fundamental era que para absorber la demanda generada a lo largo de un día, Glovo no necesita a toda su flota de repartidores ni mucho menos: para cubrirla y satisfacer a sus clientes, le basta con una pequeña proporción, que por aquel entonces oscilaba entre el 25 y 30%.

Así, la articulación entre el sistema de reputación, la constante introducción de repartidores y la división del día en franjas de una hora, dan forma a un entramado que sostiene una situación de urgencia en la actividad y que apela directamente a la capacidad de agencia de los repartidores. Toda la arquitectura tiene un hilo conductor claro y definido, que es precisamente mantener la competencia siempre en un punto ideal para elevar los rendimientos, y el medio elegido para lograrlo no ha sido otro que eliminar cuidadosamente las seguridades.

- Las principales disposiciones y estrategias de los repartidores

Como vamos viendo, todo el entramado de la organización del trabajo se sostiene sobre uno de los elementos decisivos de la teoría neoliberal, que es el modo en que se interpela a los sujetos a desarrollar las actitudes necesarias para producir y mantener un sistema de competencia generalizado, lo cual se hace a través de eliminar todas las protecciones y seguridades, derivando en que se vean constantemente enfrentados al peligro, que pasa a ser un correlato de la vida y un estímulo para mantenerse en carrera (Foucault, 2009).

Llevado a nuestro caso, las plataformas intentar presentar esta situación a la inversa, como si el hecho de trabajar 60 o 70 horas semanales fuera producto de la flexibilidad y las posibilidades de éxito promovidas. Sin embargo, es exactamente debido a la presencia del peligro como factor clave en la organización del trabajo que, según he podido comprobar a lo largo de todo este recorrido, muchos repartidores no viven su actividad como una aventura empresarial sin límite de ganancias, sino que hay quienes la enfrentan desde una sensación de inseguridad y urgencia, causada por el riesgo constante de no llegar a generar los ingresos necesarios para cumplir en aspectos básicos y vivir tranquilos, tales como pagar la cuota de la Seguridad Social, el alquiler, hacer la compra, arreglar el vehículo o enviar dinero al país de origen.

Es decir, no deberíamos entender los límites alcanzados en la competencia únicamente como la expresión de las posibilidades de éxito, sino también como una consecuencia del modo en que está organizada la competencia, que genera presión, se mueve a ritmo frenético y no permite relajarse, haciendo convivir a cada rato con la posibilidad del fracaso y los peligros que entraña. No basta más que un accidente, un comentario de un cliente, o la sola mala suerte de sufrir el robo del vehículo. Aunque se puedan llevar años de trabajo forjando una reputación en la plataforma, es casi ridícula la facilidad con que todo se puede derrumbar y que otro tome tu lugar.

Sobre este punto, no debemos olvidar que hay repartidores que son el único sustento económico de sus familias y que, en muchos casos, la experiencia en la plataforma está marcada por los desafíos, deseos y obligaciones del proyecto migratorio. Dicho de otro modo, los ingresos que cada uno necesita para llegar a fin de mes, en algunos puede significar pagar todos los gastos de su manutención, mientras que para otros es alcanzar a ahorrar dinero para traer a sus hijos a vivir a España.

De esta manera, ante la incertidumbre constitutiva que presenta el trabajo como fuente de ingresos, una de las principales estrategias para enfrentar el día a día es la construcción de una disciplina personal que permita introducir algo de seguridad y previsibilidad al modelo, lo cual se hace a través del control de la única herramienta que hay a disposición: el rendimiento personal. Prácticamente todos los repartidores con los que he podido profundizar sobre este tema realizan una serie de cálculos derivados de su experiencia y expectativas, intentando definir un régimen de metas diarias en base a los pedidos o el dinero que cada uno necesita. Este es un punto clave para comprender no sólo sus disposiciones, sino la fuerza del entramado en su conjunto, puesto que nos permite vislumbrar las tensiones que genera en la vida cotidiana y las respuestas desarrolladas para desenvolverse en él. Revisemos cómo se da esto.

Gonzalo tiene la gracia de ser uno de los primeros repartidores de plataformas en Madrid. Trabajó en Jimm y en la Nevera Roja, las primeras empresas del sector, que desaparecieron tempranamente por la creciente competencia, y ya en el 2017 entró a Glovo. De 32 años y nacido en Venezuela, trabaja alrededor de 60 horas semanales y prácticamente no tiene días libres. A pesar de que fue dado de alta en el Régimen General de la Seguridad Social tras la actuación de Inspección de Trabajo sobre Glovo en Madrid, se mantiene en el RETA y paga la cuota mensual por miedo a que lo desconecten y pueda perder todo el terreno conquistado en la plataforma. Durante la larga entrevista que realizamos, en un momento entramos directamente en la disciplina que hay que forjar para mantenerse en este trabajo:

- **Entrevistador:** Muchos repartidores me hablan de que esto al final es una lucha mental. Y yo me acuerdo de pensar: “No me cae. Me podría ir para mi casa, me desconecto. Si me escriben, los mando a la mierda. Y me voy a mi

casa, qué se yo, estoy con mi pareja o me tomo una cerveza con mis amigos. Mejor que estar dando vueltas como un imbécil”. Me sentía así. Pero está este puntito de la lucha mental, de decir: “No, no puedo fallar, no puedo fallar”. ¿Lo sientes así tú?

- **Gonzalo:** Sí, sí, totalmente, pero totalmente. Me sentía desesperado. Y una incertidumbre de que, coño, si no me cae el pedido, entonces cómo llego a la base diaria. Porque, por ejemplo, tú te tienes que mentalizar que tú tienes que hacer 50 o 40 euros diarios para a fin de mes: los gastos, la cuota de la Seguridad Social...

- **Entrevistador:** ¿O sea que te ibas poniendo objetivos por día?

- **Gonzalo:** Claro. ¡Y todavía lo hago!

- **Entrevistador:** ¿Y si no lo logras un día?

- **Gonzalo:** Si no lo logro, tengo que al día siguiente trabajar un poco más para compensar ese día que no logré el objetivo.

- **Entrevistador:** ¿Cuántas horas es lo máximo que has trabajado en un día?

- **Gonzalo:** 12. Durísimo. Llegó un momento que ni el cuerpo ni la mente te dan para seguir, quedas reventado. Al final del día te alegras porque ves el resultado, pero no es sano para nadie.

Fue en base al seguimiento riguroso de este régimen autoimpuesto que Gonzalo logró llegar hasta el selecto grupo de los repartidores con 100 puntos de reputación, lo cual le costó prácticamente dos años de trabajo metódico y sin tregua.

Por su parte, Vicente, también venezolano, fue repartidor de Glovo durante prácticamente tres años, hasta que demandó a la empresa por cerrar su cuenta a causa de “inactividad”, cosa que sucedió después de que sufriera un accidente de tráfico en el que se rompió un brazo y lo tuvieron que operar dos veces. Trabajaba aproximadamente diez horas todos los días del año, intentando hacer la mayor cantidad de pedidos posible, pues, además, su pareja, también venezolana, tuvo algunos problemas y se demoró bastante en obtener el permiso para poder trabajar. Cuando hablábamos sobre el régimen personal para intentar mantenerse en competencia, me decía lo siguiente:

- **Entrevistador:** ¿Te ponías metas al día?

- **Vicente:** Te ponías un promedio de mínimo 35€ al día. Ponte 8 pedidos, de 8 a 10 pedidos al día, la base. Claro, porque variaban de precio...
- **Entrevistador:** O sea, siempre 10 pedidos al día, 10 pedidos al día.
- **Vicente:** 10, 12. Ese era el objetivo. Si ya pasabas más de los 12, iba súper bien el día.
- **Entrevistador:** ¿Y cuando no lo lograbas?
- **Vicente:** Te ibas a la casa con lo que habías hecho, era lo que había, y había que esperar al otro día para hacer muchos más pedidos, para buscar de mantenerte en tu nivel.

La construcción de este tipo de régimen es una respuesta habitual entre los repartidores. Esteban, que viajó junto a su familia sin siquiera saber si Madrid tiene cuevas, cuenta algo parecido:

- **Esteban:** Mira, yo me diseñé una estrategia para poder aguantar esto. La estrategia era salir temprano, parar en un restaurante, pararme en el otro, hacer 50€ y me iba. Que podía hacer 80€, no importa, pero hacía 50€. Porque con esos 50€ ahorra energías para el día siguiente. Volvía a hacer 50€, ahorra energía para el día siguiente. Y así pasaba. Un día a la vez. Tengo compañeros que hacían 70, 80€ y al día siguiente la energía ya era menos; 70, 80€ y otra vez la energía era menos. Y cuando llegaba el día bueno, ya no podían. (...) Entonces, si no hacía 50€, ya decía: “Bueno, la semana que viene tienes que hacer lo que te falta” o “Mañana tienes que hacer un poco más”.

No todos se fijan las mismas metas de rendimiento. Cada uno va construyendo su propio modo de enfrentar la actividad según sus condiciones de vida, ambiciones y obligaciones, pero fundamentalmente sobre las expectativas que la experiencia les ha dicho que podrán alcanzar. Hay algunos, como Sebastián o Cristian, que tras largos periodos de trabajo intenso, se fijan metas increíblemente altas, de 100€ diarios, mientras que hay otros que lo van midiendo por pedidos o son más cautelosos. Por ejemplo, Alonso, un repartidor de Deliveroo en bicicleta, del que ya hablaremos más adelante sobre su historia, me decía:

- **Alonso:** Yo me pongo la meta en euros. Cuando yo me conecto, por ejemplo, a las 14pm, si yo logro hacer 11 euros, que es imposible porque no se hace, yo estoy súper bien. Pero ahorita mismo, si hago 7€, yo estoy contento, estoy dando gloria. Por ejemplo, si hago 30 euros al día, estoy contento, antes no, pero es lo que hay. Entonces, hoy mismo hice 59 euros, entonces, estoy súper bien, estoy contento. Cumplí mi meta.

Este régimen consta de una serie de cálculos sobre cada momento del día y los distintos escenarios que pueden surgir, por lo que se trata de una construcción que tiene dos características fundamentales: por una parte, que está basado en la experiencia y, por la otra, que debe ser lo suficientemente alto como para asegurar el llegar a fin de mes, pero al mismo tiempo realista como para poder cumplirlo a diario. Por tanto, no se trata de una meta que se fija como un ideal, sino que es más bien una norma de rendimiento. Un régimen en toda regla.

En mi experiencia personal, donde me impuse llegar a 250€ semanales, había momentos en que sentía que las empresas eran conscientes de toda esta elaboración, puesto que el trabajo diario y metódico que requiere está convenientemente asistido por los gráficos de rendimiento personal que pone a disposición la aplicación, y que se va volviendo prácticamente imposible dejar de mirar mientras se da vueltas por la ciudad. Esto sucede porque la experiencia va permitiendo comprender que se está en lucha constante y que no hay nada asegurado, de modo que a cada momento se monitorea el rendimiento, que es el único indicador con el que se cuenta, pues la competencia es a ciegas.

En esta dinámica va tomando forma una situación que interpela directamente a la subjetividad, a la relación con uno mismo, ya que la presión por cumplir con la norma de rendimiento lleva a que las facturas, las horas asignadas en la semana, la cantidad de pedidos que se llevan hechos y los que faltan por hacer, se transformen en los pensamientos recurrentes, en un tema que se analiza y se vuelve a desmenuzar una y otra vez. Mientras iba en la bicicleta, yo repasaba mis cuentas, me cuestionaba si podría cumplir mi norma o si acaso era necesario reajustar algunos gastos, actualizar los cálculos y elaborar un régimen más realista. Al contrario de lo que se podría llegar a imaginar, he podido comprobar que el día a día de los repartidores no se reduce a dar vueltas mientras se observa tranquilamente edificios y la vida de la calle, sino que hay muchos que van

sumidos en un diálogo interno en el que hacen cálculos de todo tipo. Esto me lo decía el propio Gonzalo:

- **Entrevistador:** Oye y, por ejemplo, (...) ¿vas teniendo contabilizadas constantemente tus cuentas en la mente? Tus cuentas para llegar a fin de mes: “Este día tengo que hacer equis pedidos, el próximo...”
- **Gonzalo:** Totalmente, hermano. Todos los días. Es que eso lo llevan todos los repartidores en la mente, todos los días.

Se trata de una suerte de lucha mental por intentar controlar precisamente aquello que está diseñado para ser imprevisible. Un síntoma inequívoco de esta situación son las conversaciones entre repartidores en la calle, donde el tema por excelencia es: “¿*Cuántos llevas?*” (¿cuántos pedidos has hecho?), que permite saber cómo está la demanda y así ir midiendo el rendimiento propio y el de los compañeros. Lo mismo sucedía en las conversaciones tras acabar las jornadas, donde entre los amigos nos detallábamos cómo nos había ido.

Hasta donde sé, prácticamente todos los repartidores van forjando su propio régimen, según el cual van estableciendo los momentos de descanso y la posibilidad de tomar días libres. En otras palabras, no sólo hay que preocuparse de ir lo más rápido posible, como caballos en medio de una carrera o como si la plataforma nos llevara hipnotizados, sino que hay una construcción meditada para desenvolverse en la actividad, un método diseñado para un objetivo concreto, que toma la forma de una disciplina personal, a través de la que te vas controlando, exigiendo y midiendo para gestionar tu propio rendimiento, en un entramado que apela directamente a la capacidad para desenvolverse en la incertidumbre.

Tal como me comentaba Karol:

- **Karol:** Sí. Porque Uber a ti no te presiona (...) en Uber la presión te la pones tú mismo, porque sabes que tienes que lograr hacer cierta cantidad de pedidos, porque tienes que hacer esto para poder llegar a una meta a fin de mes, porque

tienes tus gastos que pagar, tienes plata que enviar a tu país, en fin. Entonces, la presión se la pone uno mismo.

Efectivamente, la incertidumbre es un factor clave en toda esta ecuación. Sabemos que es una de las estrategias más difundidas en el mundo laboral actual para estimular a los trabajadores a incrementar su rendimiento. Sin ir más lejos, en eso se basan los modelos contractuales que relatábamos al principio, donde se ofrece una base mínima y el resto de los ingresos quedan supeditados al cumplimiento de objetivos. Se trata de una práctica que se sustenta en un principio bastante singular: eliminar las seguridades incentivará al trabajador a dar de sí lo que de otro modo no daría.

En el contexto de los repartidores, si lo miramos desde la organización del trabajo, la incertidumbre se genera desde diversos puntos. Por un lado, como una consecuencia propia de la organización del trabajo, donde destaca su producción a partir de las operaciones algorítmicas como puntos ciegos: la especulación sobre la demanda que habrá en una u otra jornada y el estado de la competencia entre repartidores; y, por el otro, como producto de aspectos azarosos que aparecen como “daños colaterales” del modelo, pero que de todos modos pueden tener un impacto desastroso en el rendimiento personal: clientes que desaparecieron, daños en el vehículo, accidentes de tráfico, robo del vehículo, restaurantes lentos o incluso el clima. Toda una serie de situaciones ridículamente triviales que no se puede predecir cómo afectarán en la capacidad de hacer pedidos.

Teniendo todo esto en cuenta, sería lógico pensar que el factor incertidumbre debería ser una clave que flexibilice los cálculos que hace cada repartidor al momento de trazar sus objetivos. No obstante, y según he podido entender, aquello sería dar cabida a la imprevisibilidad, cuando todo el objetivo es precisamente intentar introducir seguridad. El asunto de fondo no es que el régimen permanezca invariable en el tiempo, cuestión derechamente imposible por el aumento de la competencia, sino concretamente que exista uno para guiarse y exigirse. Es decir, entonces, que el régimen de cada repartidor funciona como contrapeso a las tensiones que genera la organización del trabajo, que hace explícita la incertidumbre y empuja a asumir riesgos. Aquí, en cambio, en su propio método de organización, hay repartidores que intentan controlar la imprevisibilidad del modelo y sus variables fijando cuánto necesitan trabajar cada día.

Volviendo a mi régimen personal, la base que utilizaba para su cálculo, a partir de mis condiciones y posibilidades, era el rendimiento que sabía que podía lograr de modo constante, que es el mismo que han difundido las propias plataformas como perfectamente logvable: dos pedidos por hora trabajada, aunque con el tiempo lo tuve que ir adaptando a las exigencias impuestas por la competencia. De tal manera que se trataba de una construcción basada en lo más parecido a una certeza: aquello que debería poder conseguir si no ocurre nada extraordinario.

En consecuencia, toda esta elaboración nos habla de disposiciones para enfrentar la actividad más cercanas a las certezas de una rutina laboral, con su nómina previsible, que a un estilo de vida audaz para aprovechar ingresos flexibles.

- La disciplina personal y las tres situaciones claves del trabajo

Ahora bien, durante mi recorrido como repartidor, hubo un momento en que entendí que la organización del trabajo jugaba directamente en contra de mis pretensiones por mantener el régimen estable en el tiempo, pues la posibilidad que tenía de hacer dos pedidos por hora trabajada, en realidad dependía de otros dos puntos ciegos y fluctuantes, que sólo era posible conocer accediendo a los algoritmos: mi posición en la competencia y la demanda. Dicho de otro modo, dando por supuesto que cumpliría con entregar cada pedido en 30 minutos, la duda estaba en: cuántas horas podría trabajar a la semana y cuántas veces sería seleccionado en ese tiempo; o de cuánto dinero podría ganar si lograba trabajar 30 horas; o de cuántas horas necesitaba trabajar para ganar 250€ semanales. Saquemos algunas cuentas. Decíamos que Gonzalo trabaja 60 horas a la semana, lo que sería igual a 120 pedidos, o mejor 140, por estar al tope del sistema de reputación. Si cada pedido se paga en promedio a 3,50€ -por redondear hacia arriba-, al mes obtendría 1960€, de los que habría que descontar unos 450€ por gastos de autónomo, dando un total de 1510€ limpios.

Ahora bien, el punto clave es exactamente qué debe hacer un repartidor para poder mantener esos ingresos de manera estable en el tiempo, durante los 12 meses del año. La disciplina que ello requiere no sólo se limita a recitar cuentas en la mente, sino que supone una serie de medidas para poder desenvolverse en la organización del trabajo, con su aumento constante de la competencia, que finalmente son las que permitirán hacer pedidos y ganar dinero.

Nuevamente desde mi caso particular, para adaptarme a la competencia creciente y lograr mes a mes mi meta de 600€ limpios, tuve que extender la disciplina personal a otros espacios. A pesar de que combinaba el trabajo con otra actividad -el estudio, en este caso- y por eso siempre intenté hacer entre 25-30 horas a la semana, llegó un momento en que me fui dando cuenta que aquello ya no era suficiente, pues el algoritmo constantemente me iba dejando atrás. Por ejemplo, hubo un tiempo en que había dejado de trabajar los domingos durante las comidas para poder descansar, pero a costa de perder puntaje y quedar con menos horas de las que necesitaba, entendí que debía renunciar a ese “privilegio”. Así, dado que no me podía pasar todo el día en la calle para cazar horas y trabajar todo lo posible, la única opción que tenía era aumentar mi rendimiento en cada una de ellas y no fallar nunca. Si antes hacía dos pedidos por hora, ahora tenían que ser tres. Bajo ese objetivo, como durante el invierno me vi obligado a salir a trabajar varias veces con mucha fiebre, comencé a tomar un suplemento vitamínico para no enfermarme, soltar horas y perder puntaje. Lo mismo ocurrió con la dieta. Hubo ocasiones en que me mareaba durante las jornadas por no haber comido bien antes de comenzar, lo cual va llevando a un cansancio extremo que hace desorientarse y que sea difícil seguir las instrucciones del GPS. Después de muchas horas trabajando, es habitual confundir los nombres de las calles, izquierda y derecha, etc. El caso es que la competencia seguía aumentando y cada vez éramos más repartidores peleando por cubrir la demanda, por lo que llegó un momento en que no tuve más alternativa y decidí endeudarme para comprar una bicicleta nueva e instalarle un motor eléctrico⁷². Simplemente ya no me alcanzaba el cuerpo para mantener el nivel de rendimiento de mis compañeros. Así que invertí 1250€, una verdadera fortuna en ese momento, que debí pagar durante un año a la financiadora Cofidis con el objetivo de mantenerme en competencia sin sobreexplotarme.

Aunque es probable que esta disciplina se extienda a espacios recónditos de la vida de cada repartidor, que pueden ir desde el tiempo de sueño hasta visitar fisioterapeutas, existen tres momentos clave del trabajo donde se observa de manera nítida. Nos referimos al modo en que se enfrentan los trayectos, el cazar horas y los ratos muertos.

⁷² *La Camarón*. La bauticé así porque con ella sentía que iba volando, igual que Camarón de la isla en su famosa canción “Volando voy”.

a) Los trayectos

No se necesita llevar mucho tiempo como repartidor para comprender que uno de los principales requerimientos de la plataforma es ser lo más rápido posible. No es sólo que sea uno de los pocos parámetros del sistema de reputación comunicado por las propias empresas, sino que la articulación del trabajo lo establece como la norma por excelencia de la competencia.

Por esta razón, y aunque sin decirlo explícitamente, lo que sucede es que el modelo incentiva a saltarse todas las normas del tráfico, ya que mientras menos te demores en cada trayecto, más pedidos puedes hacer, más puedes subir tu puntaje, más horas trabajas y, finalmente, más dinero ganas. De modo que es un campo donde cada uno debe empujarse a correr cada vez más riesgos. Mientras más rápido, mejor. Como es evidente, no todos lo consiguen.

Esta situación se debe entender desde el contexto cotidiano, con sus demoras imprevistas en *partners*, portales y atascos, en las que el cronómetro no deja de correr. Aquí lo que sucede es que el dinero que se pierde durante el tiempo que se tarda en entregar un pedido, no lo paga el cliente, el *partner* ni la plataforma, sino el propio repartidor con las posibilidades que hipoteca de hacer más pedidos. Lo mismo pasa en los ratos muertos. Se trata de una dinámica de presión que se manifiesta a cada momento en que no se está generando ingresos, cosa que en realidad solamente ocurre cuando se va de camino con un pedido en la mochila. Todo lo cual ayuda a ir creando aquella sensación de urgencia constante que decíamos.

Al momento de realizar las entrevistas, para intentar captar esta situación, comencé a hacer la pregunta “¿Y qué pensabas en los trayectos?”. Las respuestas fueron totalmente expresivas.

Jorge, un repartidor de Deliveroo Madrid, que fue parte de los 532 dados de alta en el Régimen General tras la actuación de Inspección de Trabajo y que además tiene la particular característica de haber trabajado sólo en bicicleta y ser considerado uno de los más rápidos, me decía:

- **Jorge:** (...) pues a toda hostia, a toda hostia, a toda hostia. Pero vamos...como alma que lleva el diablo. Y a esperar si te cae, ¿sabes?, y en plan: “A ver si me cae, a ver si me cae, a ver si me cae” ... Que caiga y salir

volando, ¿sabes?, como intentar gastar el menor tiempo posible, que pueda hacer el máximo de repartos posible antes de que llegue las ocho, ¿sabes? Y, de hecho, alguna vez me he quedado conectado, ¿sabes?, en plan a chupar pedidos.

Esteban, por su parte, con su particular disciplina del paso a paso, generalmente pensaba:

- **Esteban:** Un pedido más, necesito un pedido más.

Y Gonzalo, apremiado por subir su puntaje y después por no perder la excelente posición alcanzada:

- **Gonzalo:** (...) Rápido, tío, ir rápido. Rápido para que caiga otro y así ganar más.

En consecuencia, como la propia organización del trabajo interpela a ser siempre un poco más rápido, audaz (cruzando semáforos en rojo o calles en contra del tránsito) y valiente (pasar entre coches, adelantar o incluso cruzar autopistas) para aumentar el rendimiento, los accidentes se han multiplicado, y junto con ello empezó a ser frecuente que en los grupos de chat se compartieran imágenes realmente inquietantes. Incluso llegó a circular la del cadáver de un repartidor de Glovo en una autovía de Madrid. No pretendemos plantear con esto que aquellas imágenes se mueven por morbo, pues el objetivo siempre ha sido mantener informada a la comunidad y compartir lo que está pasando en la calle. Aunque es evidente que la convivencia constante con el peligro, sumada a la multiplicación de accidentes, comenzó a generar una suerte de resistencia mental (Zuboff, 2020) frente a las consecuencias de la actividad. Poco a poco dejó de ser sorprendente ver imágenes que deberían escandalizar a cualquiera. Es una suerte de mecanismo de defensa que se expresa como una indiferencia totalmente necesaria para poder seguir trabajando. ¿De qué otro modo se sale a repartir bajo las mismas condiciones que las de un compañero que ayer falleció?

Si aceptamos que cada minuto que el repartidor pasa en el tráfico constituye un riesgo considerable, debemos pensar que, en una jornada de 8 horas, un repartidor en bicicleta con un día tranquilo puede hacer fácilmente sobre los 60 kilómetros. Si eso lo

multiplicamos por 6 días de trabajo a la semana, al año dan unos 17.280 kilómetros y cerca de dos mil horas (contando descansos, ratos muertos, esperas, etc.). En comparación, un ciclista profesional rara vez llega a las mil horas anuales (Sport, 2017).

Dejo aquí tres fotografías de accidentes que me compartieron los afectados:

Fotografía 6. Repartidor siendo atendido por ambulancia



Fuente: compartida por el afectado.

Fotografía 7. Sutura



Fuente: compartida por el afectado.

Fotografía 8. Operación tibia y peroné⁷³



Fuente: compartida por el afectado.

b) Cazar horas

Como sabemos, a pesar de que un repartidor pueda haber agendado un determinado horario para la semana, existe la posibilidad de soltar horas y de cazarlas, lo cual otorga cierto margen y da la opción de rellenar o modificar el horario cuando no se está conforme con lo designado. Sin embargo, gracias a la introducción constante de repartidores, el sistema tiende a asignar menos horas, lo que desencadenó en que las franjas adquirieran un valor desproporcionado y cazar horas se fuera transformando en un trabajo paralelo⁷⁴.

Para poder tener más horas y hacer más pedidos, una estrategia que se volvió habitual es operar en familia: mientras el repartidor está en la calle trabajando, hay una persona - generalmente la pareja- conectada a su sesión desde casa en un ordenador -ya que así se

⁷³ Una lesión grave que puede tardar un año en recuperarse y que lamentablemente es frecuente entre los repartidores. Por fortuna, el repartidor de esta foto es español, de modo que durante el tiempo que duró su recuperación pudo vivir con su familia.

⁷⁴ Adjunto un vídeo en Anexos digitales de un repartidor de Glovo cazando horas, que permitirá dimensionar hasta qué punto se ha desarrollado la habilidad de manejarse en la aplicación. El vídeo lo muestra seleccionando constantemente las franjas que necesita para encadenar horas seguidas y ser el primero en cazarlas, aunque no tiene cómo saber si alguien las liberará o no, por lo que hay quienes se pasan horas y horas así. También adjunto un comentario que dio vueltas por los grupos de repartidores, que ayuda a ilustrar la situación. La carpeta se llama “14. Cazar horas”.

ve mejor el calendario- para ir cazando horas y alargar el turno todo lo posible. Y no sólo las familias, los mismos repartidores se han transformado en verdaderos expertos de cazar horas.

La consecuencia es que, como es cada vez más difícil tener un horario amplio, porque hay cada vez más competidores, muchos repartidores continúan saliendo día tras día a la calle por la mañana con la ilusión de cazar las horas que no tienen asignadas. Se sientan en puntos estratégicos, pegados a la pantalla del teléfono, listos y dispuestos para comenzar a trabajar en cualquier momento. Tal como relata Vicente, para quien, recordemos, el trabajo de repartidor era el único sustento de él y su pareja:

- **Vicente:** Al final se vuelve un desgaste. Todos los días lo mismo, la misma pelea, no saber si vas a tener pedidos hoy o no; más cuando es temporada floja, en verano. Es cuando más crudo te la ves. Porque tienes que trabajar casi que todo el día a ver si podías completar por lo menos 10 o 7 pedidos. Ya ahí era un agotamiento tanto mental como físico, porque era todo el día en la calle. Porque tenías que estar conectado para poder hacer algo, o sino pescando horas en la calle.
- **Entrevistador:** ¿O sea, tú te salías a la calle aunque no tuvieras horas?
- **Vicente:** Aunque no tuviera horas me lanzaba a la calle y pescaba horas. Así sea media hora que pescaba, podías hacer un pedido. Como de repente podías conseguir 5 horas abiertas.
- **Entrevistador:** O sea, al final, estabas todo el día en la calle. Oye, y ¿cuánto tiempo te pasabas al final pescando horas? Porque si en una semana tú trabajabas 60 horas, ¿cuántas pasas pescando horas?
- **Vicente:** A cada rato, a cada rato. Entregas pedido y estás revisando; vas a buscar pedido y estás revisando; estás en tu casa y estás revisando. Todo el día. Y revisas a cada rato. En la noche también. A cada momento que podías meterte a la aplicación, te metías a buscar horas.

A tal extremo fue llegando la situación que, tal como dice Vicente, incluso hubo algunos que comenzaron a levantarse a mitad de la noche para revisar la aplicación e intentar cazar horas. Precisamente ésta fue una de las estrategias que utilizó Gonzalo para poder escalar en la competencia y alcanzar el máximo puntaje:

- **Entrevistador:** Yo me acuerdo de muchos compañeros que mientras iban repartiendo, sus parejas estaban en la casa cazando horas. Y los tipos encadenaban 13, 14 horas seguidas trabajando.
- **Gonzalo:** Sí, sí, sí. Bueno, con mi pareja no. Pero yo mismo cazando horas ahí, como un loco desesperado: en la noche, en la madrugada, que decían que era el momento perfecto para pillar horas.
- **Entrevistador:** ¿Te levantabas en la madrugada?
- **Gonzalo:** Sí, sí. Cogía mi alarma a las 3 de la mañana...una vaina...Es que se crea un vicio enfermo con estas aplicaciones.

Que la madrugada sea el momento perfecto para cazar horas tiene una explicación bastante simple, puesto que es cuando aquellos que están enfermos, tienen compromisos o decidieron salir de fiesta, aceptan que no podrán trabajar al día siguiente y las sueltan.

En este punto debemos hacer un pequeño inciso para explicar una situación particular que ha ocurrido en Glovo y que es parecida a la caza de horas. Cuando más arriba decíamos que, a partir de los diferentes mecanismos de organización, cada hora de trabajo llegó a adquirir un valor desproporcionado, es en sentido literal, pues con el tiempo comenzaron a transformarse en un bien comercializable. A finales del 2019, hubo dos trabajadores de las oficinas de Glovo que entendieron las potencialidades del sistema y se decidieron a explotarlo. Esto lo pude comprobar de cerca a través de varios casos que llegaron a UGT.

De la noche a la mañana, comenzó a pasar que algunos repartidores vieron bloqueados sus horarios para poder trabajar. Después de pasar sustos y enviar correos, cuando llegaban a reclamar a las oficinas, se daban cuenta que no se trataba de un error, sino que los empleados lo habían hecho deliberadamente. El negocio era que, si querían abrir su calendario con 40 horas semanales aseguradas, debían pagar 50€ en efectivo.

Se trata de una práctica que no encontró gran resistencia al interior de Glovo, con lo que poco a poco se fue extendiendo, hasta llegar un momento en que era común escuchar a los repartidores decir que habían pagado para poder tener horas de trabajo⁷⁵. Esto simplemente nos dice que la propia empresa se transformó en ni más ni menos que un

⁷⁵ Dejo un pequeño ejemplo en los Anexos digitales, con el nombre “15. Mercadeo de horas”. Son algunas capturas de pantalla que demuestran la situación.

mercado. Fue así que la venta de horas alcanzó su máxima expresión, y de ahí para adelante se institucionalizó. Y es que el sistema sufrió una innovación, pues con el tiempo ya no sólo se vendían las horas desde las oficinas, sino que, a partir de la total desregulación promovida por la empresa, se abrió un mercado donde algunos espíritus emprendedores vieron una oportunidad: comenzaron a surgir pequeñas empresas que vendían horas de trabajo en las plataformas de reparto. Tal cual. Se trata de programas informáticos que entran en la aplicación y cazan horas con muchísima mayor efectividad que lo que se puede hacer de forma manual, dejándolas registradas en el horario del repartidor que pagó por el servicio.

Hasta finales del 2020, existieron varias ofertas para comprar horas en las aplicaciones y los precios fueron cada vez más competitivos.

c) Los ratos muertos

Lo mismo que venimos revisando sucede en los ratos muertos y momentos de descanso. Hay días de baja demanda que son difíciles de sobrellevar y afectan directamente en el estado de ánimo, ya que uno no sólo sabe que está entregando tiempo que podría ser productivo a cambio de nada, sino que además cada minuto sin pedido significa menos oportunidades para poder alcanzar las metas diarias. Por tanto, si ya decíamos que las plataformas no los contemplan y que son siempre relativos por si cae un pedido, acá debemos sumar una variable fundamental. Sucede que una de las comunicaciones clave desde las empresas es que no “recomiendan” quedarse quietos nunca, menos cuando no hay pedidos, puesto que si te mantienes dando vueltas por la ciudad es más probable que el algoritmo te seleccione. Se trata de una dinámica que, nuevamente, apela directamente al juicio del repartidor y a su situación en la plataforma. Aunque no se puede saber si en ese preciso momento hay clientes haciendo pedidos ni si uno de ellos te será asignado, todo queda sujeto a cuánto estás dispuesto a hacer para obtener rápidamente el siguiente.

Sobre esto, Tamara tiene una postura que expresa cómo es llevar a la práctica diaria los requerimientos de la plataforma, y que también permite ver otro tipo de estrategias para desenvolverse en la actividad. Al igual que Gonzalo, es una de las primeras repartidoras de Glovo en Madrid. Para ella, sin embargo, entrar a una plataforma significó la oportunidad de cambiar su vida, pues hasta ese momento llevaba 12 años seguidos en el paro. Entró a Glovo el 2016 a repartir en bicicleta y pedalea todos los días desde Aluche

hasta el centro. Con eso mantiene a su hijo, quien tiene un grado de Trastorno del Espectro Autista (TEA) que implica una total dependencia, razón por la cual optó por trabajar sólo de noche, desde las 20pm hasta las 4 de la madrugada, así alcanza a volver a su casa antes de que se despierte y puede cuidarlo durante el día. Tras estar largo tiempo peleando por subir en el sistema de reputación, me contó que había encontrado el método adecuado y que últimamente estaba viviendo uno de sus mejores periodos, ya que tenía más horas y le caían más pedidos que nunca. Cuando intenté profundizar sobre su estrategia, me habló exactamente de los ratos muertos:

- **Tamara:** (...) Tengo más oportunidad de coger más horas, pero porque me lo estoy currando. Porque estoy venga y venga. Lo que no es normal es que estés ahí sentada, esperando que te caiga un pedido, luego estás exigiendo horas. No. Cúrratelo. En vez de sentarte, coge la bici y date vueltas. Es lo que hago yo. Yo me voy a dar vueltas y a dar vueltas y siempre me caen pedidos. Es que es así como me dijeron: “Nunca te pares. Siempre, aunque vayas muy despacio, siempre te cae. No tienes que estar cerca del montón de riders porque no te va a caer”.

Tamara no tiene cómo saber si vale la pena seguir dando vueltas por la ciudad en vez de descansar, pero con su testimonio podemos corroborar que la empresa dibuja un escenario en el que aparece como cierto que la cantidad de pedidos será proporcional al esfuerzo que cada uno haga, de modo que incluso los momentos de descanso son presentados como un espacio que cada repartidor puede aprender a aprovechar mejor.

A partir de todo lo que hemos revisado hasta ahora, y según puedo ver, los mecanismos y detalles que componen la organización del trabajo en las plataformas de reparto van dando forma a un entramado amplio y que apela directamente hacia el autogobierno, a la relación del repartidor consigo mismo (Dardot y Laval, 2015). Es decir, a la articulación de un conjunto de condiciones, donde cada cual, según su propia posición, experiencias y el modo de enfrentar la actividad, entiende qué debe hacer o qué actitud desarrollar para mantenerse en carrera y triunfar. En este sentido, una de las estrategias fundamentales que hemos comprobado es la construcción de una disciplina personal que poco a poco se extiende a diferentes espacios, incluso hasta aspectos de la vida privada, haciéndolos

susceptibles de ser pensados desde el imperativo de la productividad, lo que va desde saltarse semáforos en rojo para ser rápido en la calle, nunca sentarse a descansar o levantarse a medianoche a cazar horas. No obstante, y por ingrato que parezca, la gestión de las plataformas sobre la organización del trabajo se nutre precisamente de esa capacidad del repartidor para leer las señales del contexto, trazar planes y disciplinarse para cumplirlos. De eso, a fin de cuentas, se trata la constante adaptación a la competencia.

Por último, para intentar profundizar un poco más sobre cómo toda esta situación va permeando en la relación del repartidor consigo mismo y de qué modo la productividad se va transformando en la vara de medir el comportamiento personal, tengo una entrada en mi diario de campo que escribí después de una jornada en que Deliveroo ofreció una promoción por sushi, y fue tal la demanda de los clientes, que finalmente los repartidores nos pasamos las horas de trabajo haciendo colas:

Sushi gratis -16 de febrero del 2018-.

En todos los trabajos del mundo hay días que son más tranquilos, en que simplemente la gente llega al lugar, se pone a hacer sus cosas y sin darse cuenta ya está ganando su sueldo mensual... Puede haber días más arduos y otros no tanto, pero en general no están todo el rato pensando en cuánto están ganando... Aquí es al revés. Un día “tranquilo” es una pérdida de tiempo, porque básicamente es estar sentado en la calle mirando el teléfono o dando vueltas, y siempre estás pensando en cuánto estás ganando porque cada minuto que pasa cuenta. Te topas con tus compañeros y la pregunta clásica es: “¿Cuántos llevas?”, y aunque uno sepa con certeza que la cantidad de pedidos realizados depende en gran parte de factores incontrolables, es inevitable compararse. (...) Y eso hace que uno se vaya disciplinando, porque si todos tuvieron una buena noche y yo no, claramente eso me da un golpe, me hace sentir un poco culpable, que no di todo lo que podía o que no tomé buenas decisiones (Diario de campo, 16 de febrero del 2018).

4. El equipo de Soporte

Para seguir avanzando en nuestro camino sobre la organización del trabajo y el entramado que teje, ahora debemos dejar a un lado la relación de los repartidores con la aplicación, centrándonos en el modo de operar más mundano de las empresas. Nos referimos a las relaciones que no están mediadas directamente a través de la plataforma, alejadas de la autonomía de los algoritmos, donde finalmente hay personas comunes y corrientes que salen a trabajar todos los días. Aquí es donde veremos que, al menos por el momento, las plataformas de reparto no son emprendimientos punteros en el desarrollo de tecnologías que automatizan todos sus procesos, sino más bien empresas que reducen gastos al máximo y externalizan todo lo posible, pues hay una parte importante de la organización de la actividad que es gestionada directamente por trabajadores. Como decíamos, aquí nos encontramos con el equipo de Soporte, que tiene contacto a diario con los repartidores.

La misión de Soporte es resolver los problemas que van surgiendo e intentar agilizar la actividad. Son el único canal de comunicación directa de los repartidores con la empresa, y todo se hace a través del chat. Si bien la teoría dice que la plataforma mantiene automatizadas las distintas instancias, la realidad es que, para que todo se desarrolle de manera normal, se necesita que el equipo de Soporte intervenga constantemente en el día a día. Por tanto, sus funciones van desde hablar con *partners* y clientes cuando las cosas van lentas, contactar a un repartidor que se le quedó la mitad del pedido en un local y también organizar la jornada con eficacia, por lo cual tienen acceso a la geolocalización de los repartidores y la facultad de intervenir en la asignación de carga de trabajo. Dicho de otra manera, desde el punto de vista del repartidor, la relación con Soporte es otro punto que cuidar.

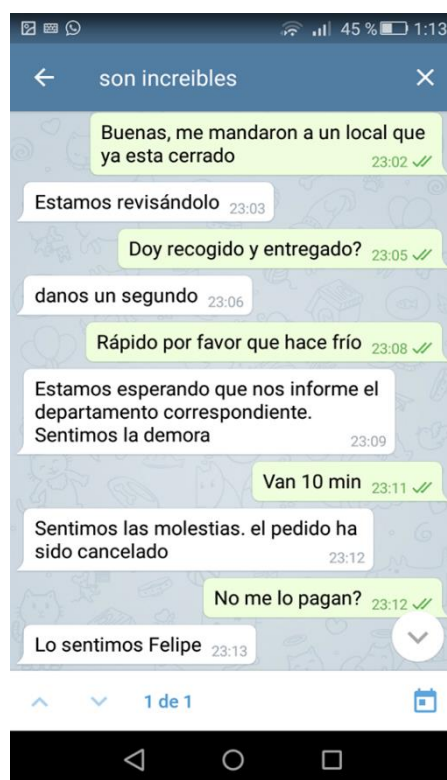
De algún modo, los propios empleados de las oficinas se han ido preocupando de dejar clara la autoridad que la práctica les permite ejercer sobre la actividad. Por ejemplo, en una de las tantas sentencias, donde se aportó como prueba un correo del equipo de Soporte de Deliveroo a los repartidores, decían:

Nosotros recibimos reporte de los tiempos estimados durante el reparto, lo cual quiere decir que, aunque os cambien de zona, sea una urbanización en la

que perdéis tiempo en encontrar al cliente, es un centro comercial... NOSOTROS ESO LO SABEMOS y comparamos vuestros tiempos con los tiempos estimados de los repartos (SJSO N°.6 de Valencia, 244/2018: 6).

Definitivamente es imposible no sentirse observado después de un mensaje así. De tal forma que, aunque se trate de un departamento que no puede incidir en las decisiones fundamentales sobre el trabajo, en la cotidianeidad aparecen como los jefes detrás de la aplicación y los que tienen la capacidad de influir en las posibilidades de éxito de cada repartidor. Dejo aquí un ejemplo de una conversación que tuve con ellos, donde queda retratada esta jerarquía:

Captura de pantalla 3. Conversación con Soporte



Fuente: Sacada de mi propia aplicación en 2017.

Tras una conversación como esa, donde a todas luces se está dando una situación desigual, lo más normal es que el repartidor se enfade y proteste. No obstante, y tal como iremos viendo, existe el riesgo de que eso pueda llegar a ser incluso más perjudicial que cometer una infracción relativamente grave, como robar un pedido para comer. Aunque en cualquier tipo de trabajo existen relaciones marcadas por la autoridad, lo distintivo es que

aquí, al menos en términos formales, no habría ningún desequilibrio y la valoración subjetiva del empleado de Soporte no tendría por qué afectar en la posibilidad de trabajar de un repartidor. Sin embargo, lo que sucede es exactamente lo contrario.

Para comprender qué aspectos valora el equipo de Soporte de los repartidores y cómo pueden influir en su trabajo, debemos revisar lo que dice Marta, una extrabajadora de las oficinas de Deliveroo. La conocí en noviembre del 2018, cuando celebramos la primera asamblea estatal de Riders X Derechos, en Madrid. En una de las varias reuniones que hicimos durante las jornadas, hubo un encuentro abierto para poder conversar con distintos movimientos sociales, sindicatos y organizaciones a fin. En medio de una de esas discusiones, de repente levantó la mano para pedir la palabra una chica joven, de unos 25 años. Empezó diciendo que sabía que nadie de nosotros la conocía, pero que ella nos conocía prácticamente a todos. Cuando la estábamos mirando con cara de extrañeza, contó que era porque había trabajado en el equipo de Soporte de Deliveroo y que era una de esas personas anónimas con las que nos comunicábamos por chat. Dijo que la habían despedido por intentar movilizarse y que le alegraba ver que Riders X Derechos, a pesar de todo, había logrado sobrevivir. Con el tiempo, y a medida que se sucedían los diversos juicios, Marta se transformó en una testigo clave de los repartidores a favor de la laboralización e incluso fue llamada a declarar en el macro-juicio de Madrid.

En la entrevista que hicimos, me decía que:

- **Entrevistador:** ¿Qué sientes tú que se esperaba de cada repartidor? ¿Cómo iban midiendo a un buen o a un mal repartidor?
- **Marta:** Que fuera rápido, era lo más importante; que no se le derramaran los pedidos por el camino; que no desapareciera muy a menudo. (...) Y que no se quejara mucho
- **Entrevistador:** Y según eso, ¿ustedes iban premiando de alguna manera?
- **Marta:** Bueno, sí, sí. Eso sobre todo al principio. Luego ya no se hacía tanto. Pero al principio, por ejemplo, los pedidos de oficina, (...) como se hacía uno por persona, esos pedidos se los poníamos a los riders más de confianza de los jefes (...)
- **Entrevistador:** ¿Y se castigaba de alguna manera?

- **Marta:** Sí, claro, quitándoles horas.

Estas facultades que posee el equipo de Soporte se suman al mismo entramado de la organización del trabajo, lo que finalmente se traduce en que las conductas sean monitoreadas desde distintos ángulos y perspectivas, interpelando a los repartidores a rendir al máximo en cada minuto que está conectado a la aplicación. Todo esto puede ser determinante de una manera distinta, ya que, como bien sabemos, los humanos tenemos sensibilidades, carácter y preferencias. Es decir que, además de todo, dado que los propios empleados de Soporte se han encargado de aclarar las facultades que poseen, no es difícil que cualquier repartidor entienda que pueden intervenir para bien o para mal en su trabajo. Según he apreciado a lo largo de los años en el campo, todo esto ha generado una suerte de norma no escrita, ya que entre los repartidores es bien sabido que hay que intentar no tener más problemas de los necesarios con ellos. Aquí se pueden ver distintas maneras de manejar la situación: hay compañeros que han logrado ganarse la simpatía a través del chat y reclaman tranquilamente; otros que sencillamente no responden; algunos que, como yo, limitaban los mensajes a lo estrictamente necesario; y también hay otros que han destinado esfuerzos considerables a cultivar esta relación, intentando demostrar el compromiso que existe con la actividad para ganar su confianza.

En el caso de Tamara, que, tal como veíamos, ha logrado mejorar su posición en la plataforma y ahora goza de pedidos y horarios, este punto ha sido fundamental en su nuevo éxito en Glovo, y me lo explicó de la siguiente manera:

- **Entrevistador:** O sea, como que al final, tú, con lo que me dices, sientes que Glovo premia a los que más se esfuerzan y castiga a los que menos se lo curran.

- **Tamara:** Es que ellos saben quién es el que responde y el que no responde. Ellos lo saben y lo notan. Yo he hecho una mejoría. Hombre, yo tardé mucho tiempo en mejorar el trabajo, y lo están notando (...).

- **Entrevistador:** Y has aprendido también cómo subir en las horas, en la reputación, para que no te castiguen.

- **Tamara:** Sí, sí, sí, sí. Con los de Soporte yo procuro ser amable. Y si tengo que hacerles un poco la pelota; yo hay veces que les digo: “Mira, esto es así.

No me cambies, porque esto es así”. Y me han dado la razón, los de Soporte.
(...)

- **Entrevistador:** Pero nunca reclamas directamente...

- **Tamara:** Cuando voy a la oficina me conocen, me dicen: “Qué pasa, qué tal”.
A mí siempre me han tratado bien, a mí no me han tratado mal. Nunca me han engañado. A mí no me descuentan los dos euros por el mantenimiento de la aplicación. A mí no me lo descuentan.

Como queda claro, aquel poder que poseen los empleados de las oficinas en la práctica diaria inevitablemente ha llevado a que existan algunos protegidos entre los repartidores, que generalmente son aquellos que más se esfuerzan, más horas trabajan, mejor reparten y contestan bien por el chat. En definitiva, los que menos problemas dan. En este punto debemos pensar en el caso de Sebastián, nuestro repartidor de Granada, que me aseguró ganar más de dos mil euros mensuales y trabajar con total flexibilidad. Es tal lo que difiere su experiencia de los demás testimonios y de lo que he podido vivir y observar a lo largo de estos años, que cabe pensar que es uno de los protegidos del centro de operaciones, cuestión que es todavía más probable si tenemos en cuenta que comenzó a tomar cierto protagonismo en las redes sociales de los repartidores gracias a su férrea defensa del modelo de trabajo. De no ser así, no se explica la libertad de la que gozaba:

Sebastián: Pero en Glovo yo veía que podía trabajar como a mí me diera la gana, así de fácil (...). Flexibilidad total. Más cosas buenas, pues no tener ningún jefe, eres tu propio jefe, yo soy una miniempresa y tengo muchos clientes: tengo a Glovo, tengo Uber, tengo Deliveroo, tengo a Amazon, tengo a LolaMarket. Y yo voy trabajando con quien más me apetezca. (...) Si una mañana no me da la gana trabajar en ningún sitio, pues no trabajo en ningún sitio, y me voy a hacer lo que yo quiera. Entonces, todo eso no lo encuentras en otro trabajo. Eso es lo bueno que a mí me dan las plataformas.

De esta manera, como el funcionamiento de la plataforma es una caja negra y el equipo de Soporte son las únicas personas con las que se puede interactuar, aunque sea por chat y de modo anónimo, todo esto deriva en que entre los *riders* se elaboren distintas teorías para explicar el modo en que se gestionan los pedidos. Generalmente se habla de que

“ellos” (así se nombra a la gente de la oficina) “me mandaron a tal lugar”, entendiendo que los pedidos son deliberadamente asignados a dedo por “ellos”, lo que lleva a que cada cual reflexione sobre su propio comportamiento para explicar ratos sin pedidos o una seguidilla de pedidos ingratos. Sea como sea, en el imaginario de los repartidores es igual o más importante las decisiones que puedan tomar “ellos” que el algoritmo.

Para hacernos una idea de hasta dónde puede llegar la especulación en este sentido, y como contraparte a la estrategia empleada por Tamara y la experiencia de Sebastián, vale que revisemos lo que nos decía Alonso, más conocido como el reportero de Deliveroo (habíamos prometido profundizar en su historia). Es un repartidor de origen brasilero, que ronda los 30 años y que se ha hecho famoso en el ambiente por compartir constantemente vídeos en los grupos de chat, donde aparece hablando con otros repartidores, entrevistándolos, mandando saludos a alguno que se accidentó, conversando con los camareros de los *partners*, denunciando situaciones injustas, etc. Él, al igual que muchos, intuye que se encuentra en la medianía de la tabla de la competencia. Y aunque trabaja cerca de 50 horas semanales, se revela a través del chat cada vez que la situación se lo permite y suelta horas o rechaza pedidos que no le convienen. Es decir, todas conductas que entorpecen el trabajo del equipo de Soporte, de modo que siente que está señalado. El día de la entrevista, me contaba que la semana anterior había podido trabajar muy poco por problemas personales y que ahora estaba sufriendo las consecuencias, puesto que, según decía, lo estaban castigando:

- **Alonso:** Sí, sí. La semana pasada, como trabajé sólo dos veces, esta semana pues me ha complicado. El domingo yo creo que hice 12€ con Deliveroo, después me conecté con Uber, hice más dinero con Uber que con Deliveroo. Claro, mi forma de pensar es que estoy castigado con Deliveroo.

El fondo de sus palabras no guarda tanta relación con cómo funcionan los algoritmos y las penalizaciones del sistema de reputación, sino más bien con el hecho de sentir que desde las oficinas están observando y midiendo minuciosamente el comportamiento, castigando y premiando según la calidad o el compromiso que se pueda percibir de cada repartidor. Hasta donde he podido ver, palabras de este tipo se explican por la sensación de estar sujeto a una autoridad que opera desde la arbitrariedad y sin dar explicaciones, a

pesar de que afecten al trabajo propio. Todo esto, entonces, abre un nuevo punto ciego, pues, siguiendo las palabras de Alonso, no hay cómo saber por qué surgen algunas situaciones ni en qué medida ciertos comportamientos pueden o no afectar en la posibilidad de trabajar. Aquí se crea la mezcla perfecta para todo un campo de interpretaciones y teorías que, hasta que no sean confirmadas o refutadas, no hay motivos para desestimar:

- **Alonso:** Pero yo creo que, cuando estamos conectados, no lo sé, pienso yo que la aplicación está grabando todo: lo que hablas, a dónde estás yendo...
- **Entrevistador:** ¿Tú en tu trabajo te sientes observado?
- **A:** Sí. Incluso yo hablo con el teléfono: “¡Deliveroo, salta el pedido que no tengo nada!”.

Si nos remitimos a la experiencia de Uber, los *Uber Files* (Periódico The Guardian y Consorcio Internacional de Periodistas de Investigación, 2022)⁷⁶ demostraron que la plataforma ha utilizado distintos softwares para espiar a conductores, pasajeros y competencia, además de entorpecer deliberadamente la labor de organismos reguladores y presionar a políticos y periodistas. Dicho de otro modo, el problema que plantea Alonso no sólo es legítimo, sino que tiene antecedentes.

Ahora bien, lo fundamental es que los criterios utilizados en todas estas acciones y evaluaciones realizadas por el equipo de Soporte, aunque son primordiales en el funcionamiento de la plataforma y el desarrollo del día a día, operan tras bambalinas, relegados a un plano opaco, subjetivo y arbitrario, ya que no forman parte del marco estrictamente algorítmico dentro del cual la plataforma organizaría el trabajo. En otras palabras, la función de Soporte en el papel sería observar y asistir, pero en la práctica es evaluar y decidir, tal como un equipo de supervisores de cualquier empresa. Sin embargo, hasta donde sé, no existe ningún tipo de lista con parámetros estandarizados para que categoricen a un buen o mal repartidor, menos para premiarlos o castigarlos, con lo que todo se reduce a su propia percepción: cuánto tarda en contestar por el chat, si lo hace con cordialidad, si reclama mucho, etc. Pero también podrían ser aspectos como si es hombre

⁷⁶ Se trata de una investigación donde se revisaron más de 124mil archivos clasificados de la empresa, que revelan las tácticas utilizadas para asentarse en cada país y expandirse por el mundo a la fuerza.

o mujer, si lo percibe soberbio o humilde, español o extranjero, etc. Hay una infinidad de opciones, cada una más irregular que la otra.

Dicho todo esto, según puedo ver, podríamos identificar dos funciones principales del equipo de Soporte, al menos en términos formales.

Primero, la vigilancia, dedicada a identificar conductas inaceptables que sólo el ojo humano puede ver: los repartidores que se comieron una parte del pedido, los que se saltan los pasos de la aplicación⁷⁷ o aquellos que encontraron ciertos puntos ciegos en la plataforma⁷⁸. Todos motivos de Cese de colaboración que necesitan la supervisión humana para ser detectados.

Y, segundo, lidiar con una condición fundamental para la actividad tal como la conocemos: los algoritmos y los intentos de las plataformas por automatizar los procesos. Tal como me comentaba Marta en la entrevista, en teoría Soporte tenía la misión de complementar ciertos puntos de la actividad algorítmica, aunque en la práctica muchas veces el trabajo se hacía directamente de forma manual. Según ella, todo esto sucedía porque la idea coordinar el servicio mediante algoritmos era un objetivo demasiado pretencioso, lo que derivaba, por una parte, en que su funcionamiento fuese desordenado y caótico y, por la otra, en que la medida de organización preferida hacia los repartidores fuese ni más ni menos que el castigo:

- **Marta:** Era loquísimo, porque, además, es como ¿hasta qué punto puedes tú controlar que de repente te toque un pedido en un restaurante donde se han puesto malo tres y están sacando dos pedidos a la hora? Era una cosa horrorosa. Y claro, ahí hubo muchísimos enfados, porque, claro, ahí las métricas lo eran todo. En plan, si rechazabas pedidos, te bajaban las métricas; si no asistías a una franja que habías cogido, te bajaban las métricas; si asistías, pero cogías pocos pedidos, te bajan las métricas; si los pedidos que cogías los entregabas lento, te bajaban; si derramabas un pedido, te bajaban las métricas. Una locura”.

⁷⁷ Una práctica frecuente para ganar más dinero es apretar el botón de pedido “Entregado” en la aplicación antes de haberlo hecho efectivamente, para que así caiga otro pedido antes y se pueda aprovechar mejor el tiempo.

⁷⁸ Otra práctica que se difundió bastante es la de esperar pedidos debajo de ciertos puentes estratégicos, pues la aplicación se equivoca y calcula el trayecto como si el repartidor estuviese arriba, con lo cual la distancia a recorrer se dispara y puede llegar a pagar dos o tres veces más por pedido.

A pesar de todo esto, evidentemente el equipo de Soporte no es una parte del algoritmo, de modo que su posición en el entramado da lugar a zonas grises y resistencias. Una de las grandes revelaciones de la entrevista a Marta fue que las movilizaciones de los repartidores de Deliveroo en 2017 habían motivado manifestaciones al interior de las oficinas, donde hubo trabajadores indignados por la situación. Aunque en el momento en que aquellas grietas en la estructura se estaban comenzando a notar, la empresa reaccionó:

- **Marta:** Nosotros sabíamos que había habido huelgas y sabíamos que se habían organizado los repartidores y que la cosa era que los que estaban en fraude de ley... Y porque, a parte, los burofaxes llegaban a nuestra oficina. Entonces, por mucho que se esforzaban en ocultar a la plantilla lo que estaba pasando, pues obviamente toda la plantilla se iba enterando (...)
- **Entrevistador:** Y, por ejemplo, ¿qué cosas iban pasando? ¿Qué mensajes daban a los riders?
- **Marta:** Pues al principio no teníamos ningún tipo de directriz sobre qué sí, ni qué le podíamos decir a los riders, ni nada. Luego, cuando empezaron las primeras huelgas, nos hicieron un documento de macros, que eran como unas frases preparadas con las que podíamos responder a los riders, que era cuando todavía usábamos Telegram. (...) Lo que pasa es que, bueno, obviamente se empezaron a cabrear los repartidores (...). Entonces, claro, nos quitaron el Telegram y nos pusieron el chat. (...) Al principio nos dijeron: “Sólo se puede responder a los repartidores con esto, por un tema de legalidad”. No nos dijeron nada más, no nos dieron más información. A ver, nosotros obviamente lo sabíamos, pero nos dijeron: “Por un tema de legalidad, sólo se responde con esto a lo que pregunten los riders”.

“Eso” a lo que se refiere Marta, eran unas plantillas de copiar y pegar que reemplazaron toda la comunicación entre Soporte y repartidores. Una situación que, más allá de la estrategia legal que llevara detrás, en algunos generó indignación porque sentían que estaban hablando con una pared. Hasta donde conozco, entre los repartidores de aquel entonces nunca se supo que en las oficinas habían intentado movilizarse para apoyarnos, quizás la historia sería otra. Más bien al contrario, fue a partir de ahí que se endurecieron

las medidas y la poca relación que había fue cortada de raíz por aquellas plantillas con frases preparadas y burocráticas que no transmitían nada.

5. La Gerencia y la gestión del marco de trabajo

Como hemos visto, finalmente la organización del trabajo en las plataformas de reparto trata de un entramado de medidas y condiciones que a diario construyen escenarios en los que se interpela a los repartidores a desarrollar determinadas respuestas. Al parecer, el objetivo último es que cada uno se sienta empujado a dar siempre un poco más de sí para mantenerse en carrera, para lo cual es fundamental que aquellos escenarios estén marcados por la incertidumbre, competencia e inestabilidad. Sin embargo, para poder llevar a cabo tamaña tarea y que tenga algún tipo de efecto, no todo pueden ser medidas de presión más o menos explícitas, peligro inminente y riesgo de sanciones, sino que el entramado debe poseer un contrapeso que invite a asumir los riesgos que propone. Tal como veíamos más arriba, el repartidor debe ver que vale la pena intentarlo, que es factible lograr por lo menos una parte de todo aquello que se promete si se esfuerza lo suficiente. En otras palabras, el modelo debe ser mínimamente coherente con el relato de la meritocracia que lo vertebra.

Es en este sentido que mejor podemos ver la intervención de la Gerencia, cuyo papel es intentar componer un marco que guíe a los repartidores a dar siempre un poco más de sí. Para ello, su tarea consiste en saber gestionar constantemente la organización del trabajo y transformarla en un ciclo eficiente. Pues, dado que el objetivo que persigue la mayoría de los repartidores es conseguir un cierto estatus en la plataforma que otorgue seguridad a través de la lucha en el sistema de reputación, el papel de la Gerencia debe ser precisamente impedir que eso suceda, que la competencia nunca se estanque. Aunque debe haber quienes estén al tope de la carrera y gocen de mayores beneficios, aquello nunca puede transformarse en una posición consolidada, sino siempre hasta nuevo aviso. Al fin y al cabo, a eso apuntan decisiones como la de introducir siempre nuevos repartidores o utilizar los puntajes arrojados por los sistemas de reputación para gestionar la competencia e incentivar el recambio de trabajadores.

Para comprender bien cómo opera esta dimensión, esta vez debemos considerar lo que decía Victoria en la entrevista que grabamos. Al igual que Marta, ella también es una extrabajadora de las oficinas de Deliveroo, pero no del equipo Soporte, sino del

departamento de Fidelización hacia los repartidores, donde estuvo encargada de todas las comunicaciones corporativas que se les enviaban desde la Gerencia. Del mismo modo que una gran empresa cuenta con un departamento de Fidelización hacia sus clientes, en los que ofrece descuentos o ventajas, las plataformas de reparto lo tienen para los repartidores, donde su objetivo, en este caso, es que prefieran conectarse a trabajar con Deliveroo y no con Uber Eats, Glovo o Stuart. Se trata de un trabajo de gestión de comunidad, donde se intenta crear un sentido de pertenencia hacia la empresa, tal como el que realizan muchas marcas a través de publicidades y redes sociales. Por extravagante que parezca, tiene una lógica: si los repartidores son considerados usuarios que utilizan la plataforma para gestionar su propio negocio, por qué no tener un departamento de Fidelización⁷⁹. Tal como me comentó Victoria en la entrevista:

- **Entrevistador:** Es que a mí siempre me dio esa sensación, de que igual como la empresa se promocionaba a los clientes, se promocionaba también a los repartidores
- **Victoria:** Claro, era marketing. Era marketing puro y duro. Una imagen corporativa. Es gestión de comunidad, es gestión de comunidad. O sea, teníamos lo de las ofertas. Buscábamos ofertas, pues a lo mejor 30% en Decathlon, u otra marca; o en renting de motos conseguíamos, no sé, 30%, y eso era yo que hablaba con el tipo, me daba las motos que estaban disponibles, yo hacía el correo y el blog y ponía el código y gestionaba a los riders interesados. Y todo eso es para mantener a los riders interesados, en plan de: “Te damos como ventajas para que te quedes con nosotros y no te vayas con otros”.

Victoria fue despedida tras un Expediente de Regulación de Empleo (ERE) de las oficinas de Madrid en el verano del 2020. En medio de tal lío, y a diferencia de muchos de sus compañeros, el destino quiso que no le hicieran firmar una cláusula de confidencialidad, una práctica común en el mundo de las plataformas, gracias a lo cual tenemos acceso a su testimonio. Lo fundamental de su relato es que queda claro que la función del equipo

⁷⁹ Un buen ejemplo del trabajo de Fidelización lo podemos encontrar en un vídeo de agradecimiento personalizado que Deliveroo envió a aquellos repartidores que cumplían cuatro años en la plataforma. Dejo en Anexos digitales el de un compañero de Riders X Derechos, está con el título “16. Vídeo Deliveroo conmemoración cuatro años”.

de Fidelización no era sólo crear comunidad, sino también cumplir un papel importante en la gestión del trabajo. Según se puede entender en sus palabras, la misión de guiar a los repartidores a través de un cierto camino queda manifiesta desde el primer momento, incluso en las pruebas de selección antes de ser contratada. Cuando le pregunté sobre cómo consiguió el trabajo, me dijo que:

- **Victoria:** Pasé la primera barrera, que siempre es que te miren el currículum, y me mandaron una prueba escrita. Y la prueba escrita era, literalmente, la prueba escrita era redactar un email como si fuera verano y los riders fuesen a tener menos horas, y tú tenías que explicarles que iban a tener menos horas, pero como si fuera algo bueno.
- **Entrevistador:** ¿Y qué escribiste tú en este correo?
- **Victoria:** Fue un: “Enhorabuena, tienes más tiempo para estar con tu familia y tus seres queridos en vacaciones, en verano”.

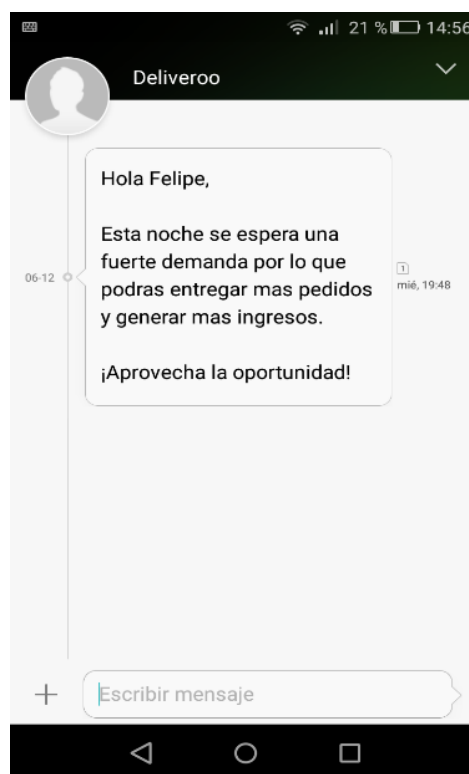
Estas estrategias no sólo se ponen en práctica para suavizar ciertas situaciones, generar una buena imagen hacia los repartidores y mantenerlos cerca, sino directamente para intentar conducirlos hacia lo que la plataforma necesita en un determinado momento. Dicho de otra manera, dado que se trata de un trabajo autónomo y flexible en el que cada repartidor debería tener plena facultad para elegir dónde, cuándo y cómo trabajar, las plataformas tienen la misión de gestionar esa autonomía mediante distintas tácticas para que estén dónde, cuándo y cómo se les necesite. Si bien de eso tratan los sistemas de reputación y todo lo que hemos revisado, también nos encontramos con otro tipo de estrategias:

- **Victoria:** Yo, de hecho, tenía que poner tablitas de: “¿Por qué no sales a repartir los sábados y los domingos?, si te viene genial. Hemos calculado y vas a tener mucho más dinero si repartes a estas horas, en estos momentos. Recuerda cómo aumentar tus envíos y quédate cerca de los restaurantes, no sé qué”.
- **Entrevistador:** ¿Y esos cálculos cómo se hacían? Te decían: “Oye, mira, hicimos este cálculo, comunícalo”.

- **Victoria:** Los de Estrategia me pasaban los datos. Por ejemplo, en Salamanca salía que tenían ocho riders y esos ocho riders solían coger horas siempre lunes y miércoles porque los restaurantes vendían mucho, pero los jueves y los viernes, que era cuando nos venía mejor, nunca iban. Entonces, ellos tenían los datos y me pedían que recordase que también hay que entregar entre semana a determinadas horas, pese a que les venga peor. Y así pasaba con todas las ciudades o nacionalmente, incluso. Pero normalmente era ciudad por ciudad.

Dejo aquí un ejemplo de aquellas comunicaciones enviadas por Deliveroo. Ésta en particular fue durante el puente de diciembre de 2017, fecha en que la experiencia dice que la demanda baja considerablemente y los repartidores intentan aprovechar los días para hacer otros planes o descansar.

Captura de pantalla 4. Mensaje Deliveroo por alta demanda



Fuente: Sacada de mi propio teléfono en 2017.

Se trata de un campo de acción, entonces, que, por una parte, está enfocado directamente a la organización del trabajo a través de la modificación de ciertas condiciones para que

la competencia nunca se estanque y, por la otra, a la gestión de los repartidores, intentando conducirlos a tomar libremente las decisiones que la plataforma necesita (como salir a trabajar un día en que habrá escasa demanda).

Dicho esto, es mejor revisar tres instancias concretas en las que se pone en juego esta lógica y se puede apreciar de qué modo la Gerencia trabaja para intervenir en distintos puntos.

5.1 La lógica de los bonos

Los bonos son un pago extra que se ofrece a cada repartidor a cambio de cierta cantidad de pedidos entregados en determinados periodos, aunque también se ponen bajo la forma de multiplicadores para aumentar la tarifa en circunstancias especiales.

En un ambiente marcado por la competencia en cada hora para generar ingresos, los bonos no son introducidos para cumplir la función de mantener contentos a los repartidores, como si se tratara de un premio merecido, sino que son parte de la cuidadosa producción del escenario para aumentar la competencia e instar a los repartidores a incrementar su rendimiento. Por eso mismo, siempre se formulan en dosis precisas: no están lo suficientemente lejos como para generar resignación, ni demasiado cerca como para darlos por hecho. Tienen un juego parecido al modo en que se marcan los precios de los productos en las grandes tiendas, que dan la sensación de que con un poco de esfuerzo y organización se pueden alcanzar, que no cambiará sustantivamente la economía personal. Los precios de las grandes tiendas además están contruidos para que los cálculos indiquen que es más eficiente consumir más. Por ejemplo, 1x cuesta 10€; 2x cuesta 15€; pero 3x cuesta 20€. Si llevas 3x, obtienes uno gratis. Negocio redondo para el consumidor. Con los bonos sucede exactamente lo mismo. Están diseñados para que los repartidores se motiven y entiendan que vale la pena intentarlo. Así, si alguien hace de media ocho pedidos en un turno de tres horas, es muy probable que, si se esfuerza sólo un poco más y tiene algo de suerte, logre hacer nueve, o por qué no incluso diez. A cambio puede llegar a ganar dos o tres veces más. Todo depende de él.

El punto clave es que las plataformas utilizan los bonos para intentar guiar la conducta de los repartidores e incentivarlos a trabajar en aquellos momentos en que más los necesitan. Por ejemplo, si en determinada ciudad se han dado cuenta que los jueves simplemente no

vale la pena conectarse porque la demanda es escasa, pero la plataforma sí que los requiere disponibles, la táctica habitual es poner bonos:

- **Entrevistador:** ¿Y tenían como estrategias para lograr que se conectaran los jueves?
- **Victoria:** Ajá, totalmente. También, por ejemplo, muchas veces eran estrategias sin ofrecer nada. Y otras veces, como necesitaban que los riders se conectasen a equis hora, ponían bonos. Los famosos bonos de equis hora a equis hora. Todo eso lo comunicaba yo. Yo hacía las tablas y los gráficos para meterlos en los emails.

Uno de los momentos en que mejor se ha podido apreciar cómo se utilizan los bonos fue durante las movilizaciones de los repartidores de Deliveroo en el verano del 2017. Tal como ya hemos dicho, aquellas movilizaciones comenzaron a partir de la instauración de un nuevo tipo de contrato, el TRADE. El caso es que en el mismo correo donde la empresa anunciaba aquellos cambios legales y estructurales, que transformarían definitivamente el modelo de trabajo, ofrecía 200€ a cada uno por repartir 85 pedidos en cada quincena. No era difícil alcanzarlos, pero había que mantenerse ocupado. La única condición, sin embargo, era que había que firmar el contrato TRADE, de modo que no era compatible intentar lograr el bono al mismo tiempo que organizarse con los compañeros para frenar las modificaciones. Había que elegir. Hay que destacar que 200€ por quincena implica aumentar significativamente los ingresos. Evidentemente, fue un éxito rotundo.

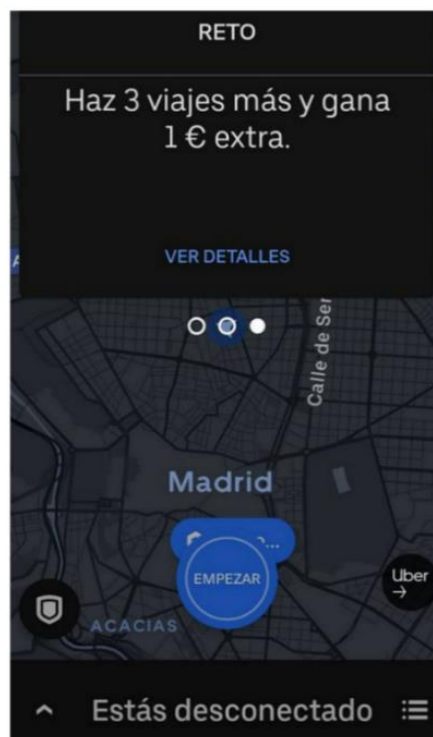
A partir de ahí, Deliveroo comenzó a anunciar nuevos bonos cada dos semanas. Con el tiempo, pasaron de ser una estrategia para desincentivar las movilizaciones a buscar incentivar el rendimiento y motivar a salir a trabajar en condiciones cada vez más adversas: con nieve, lluvia o mucho calor. Por ejemplo, en noviembre del 2017, sólo cinco meses después del cambio de contrato, estaban así: haciendo 75 pedidos en la quincena, 55€ de bono; con 115, 80€; y con 145, 90€. Había que hacer casi el doble de pedidos que al principio por menos de la mitad del dinero. Según la lógica de 2 pedidos/hora, se necesitarían 72,5 horas por quincena para llegar al bono máximo, o sea casi 37 horas a la semana. Un trabajo a tiempo completo. Así es como las empresas van conduciendo sutilmente a mantener una disponibilidad total. El caso es que es una medida totalmente efectiva, puesto que la ilusión por alcanzar aquel objetivo en muchos casos lleva a un

frenesí por cazar horas y hacer pedidos. Tal como me comentaba Gonzalo, a propósito de los pedidos “diamante” de Glovo, aquellos que se entregan en las franjas de alta demanda, cuando hay más repartidores conectados. Si un repartidor logra reunir la cantidad de diamantes fijada para la quincena, se lleva un bono:

- **Gonzalo:** Aquí es donde viene la movida, porque siempre pasa que, imagínate, a esa hora se conectan, no sé cuántos somos, 15mil repartidores, imagínate 15mil repartidores, el sistema se colapsa y no va a haber pedidos para todo el mundo. Entonces, tú tienes que correr por toda la ciudad para que te caiga el primer diamante y ya como que ahí tomas un respiro; al segundo ya estás tranquilo. Pero puede pasar que son las 21:30pm y no te ha caído el primer diamante. Comienza la incertidumbre: “*Me cago en la puta. No puede ser*”.

Dejo aquí dos capturas de pantalla de la aplicación de Uber Eats y Glovo donde se ven los bonos:

Captura de pantalla 5. Bonos Uber Eats



Fuente: facilitada por Fernando, nuestro entrevistado. Corresponde al 2020.

Captura de pantalla 6. Bonos Glovo⁸⁰



Fuente: facilitada por Fernando, nuestro entrevistado. Corresponde al 2020.

Para terminar de explicar la lógica tras los bonos, considero oportuno transcribir un pasaje completo de mi diario de campo, que escribí durante las nevadas del 2018 en Madrid. Aquella vez las temperaturas descendieron a un aproximado de -10°C , se suspendieron las clases en algunas universidades, la Comunidad de Madrid activó el nivel 2 del Plan de Emergencias Invernales -de un máximo de 3- y se suspendieron los vuelos en Barajas, entre otras precauciones. En ese momento, se decretó como la nevada más potente de la última década⁸¹. Aun así, las plataformas en ningún momento dejaron de operar ni de intentar seducir a los repartidores para que salieran a trabajar:

La nieve -6 de febrero del 2018-.

Los dos últimos días cayó nieve en Madrid y las condiciones para repartir estaban realmente complejas. Como he tenido algunos problemas para

⁸⁰ Como se puede ver, incluso las franjas con diamantes están divididas no cada una hora, sino cada 30 minutos.

⁸¹ Hasta que llegó Filomena.

trabajar⁸², tenía que salir sí o sí, ya que llevo muy pocos pedidos y los bonos son cada vez más difíciles –hay que hacer 120 pedidos en dos semanas para optar a 50€-. El domingo por la mañana estaba nevando muy fuerte, pero decidí salir igual, no me podía permitir quedarme.

Estaba imposible trabajar: la nieve no dejaba ver bien, estaba todo resbaloso y el frío arriba de la bicicleta era sencillamente increíble. De hecho, alcancé a hacer 3 pedidos y me tuve que devolver porque se me mojaron los guantes y ya no aguantaba más el frío en las manos, no podía ni apretar el freno de la bici. En la noche se despejó el cielo y pude volver a salir, aunque muy abrigado, y la cosa estuvo buena. Pusieron un bono de x1,5 por cada pedido entregado entre las 20 y las 22pm.

El problema fue que el lunes amaneció nevando muchísimo más fuerte y las condiciones estaban realmente peligrosas para trabajar. Todo el mundo había soltado los turnos. Y por eso mismo, a eso de las 13pm, cuando más nieve caía, Deliveroo nos envió este SMS:

Captura de pantalla 7. Bonos con nieve



Fuente: sacada de mi propio teléfono en 2018.

Yo tenía turno en la noche, de 19.15 a 23pm, así que quería esperar a ver cómo iba cambiando el clima para decidir si salía. Pero nevaba cada vez más fuerte y la gente seguía dejando las horas sueltas. Pasó el día así. La nieve fue dejando paso a la lluvia y después llegó el frío; y ya, a eso de las 19pm, se estaba despejando. Decidí de todos modos no salir porque el piso estaba muy

⁸² Poco tiempo antes fue que me había atropellado una moto en la Gran Vía, durante un turno de tarde, por lo que *La Camarón* estuvo bastante tiempo en el taller y debía trabajar pagando BiciMad.

resbaloso, así que mejor prevenir. Hubo algunos compañeros que sí salieron a trabajar en la tarde y noche, pero hasta donde pude ver, la gran mayoría prefirió ser precavido y esperar al día después, a pesar de los tentadores bonos que pusieron.

Describo toda esta situación porque quiero hablar sobre los bonos. Pienso que dice mucho sobre la empresa y su concepción del trabajador. Si ya el domingo la situación era peligrosa y muchos no salieron a trabajar (no de flojos, sino por no correr más riesgos de los necesarios. No se puede olvidar que cualquier accidente corre por nuestra cuenta y que vamos en bicicleta, no en camión), el lunes era ridículo salir. A mí, ya el domingo, cuando trabajé en las comidas y me tuve que devolver, la poca gente que había en la calle me miraba con cara de incredulidad. Porque es una escena un poco estúpida. Está más que claro que se hace imposible realizar este trabajo en esas condiciones. Además, hay que considerar que con nieve, frío, sin mucha visión y todo resbaloso ;nos estaban pagando según la misma lógica que cuando hay sol! Ni siquiera ahí ofrecieron pago por horas para que uno pudiera ir tranquilo y con cuidado. Porque no es que poniendo un bono de x1,5 el repartidor diga: “Perfecto, puedo ir más lento”. Más bien todo lo contrario: si puedes ganar más, tienes que ir más rápido aún. Un bono de esas características en una situación así aumenta el riesgo.

El tema de fondo pasa por los bonos que ofrecieron el lunes. Porque ya viendo que la gran mayoría simplemente no se iba a conectar para repartir, ¡pusieron unos bonos que jamás nos habían ofrecido! Claro que eso hace dudar entre protegerse y no trabajar —en condiciones absolutamente adversas- y jugárselas y salir.

Se podría decir que, claro, se ofrece un bono tan alto porque la situación es desfavorable, entonces, se paga más caro el esfuerzo. Pero eso no es el fondo del asunto. Lo que nos dicen es: “Arriésgate de todos modos, juégatelas y te pagamos casi el doble por pedido entregado. Así nosotros podemos seguir operativos este día”. Y obvio que eso hace dudar, porque todos necesitamos ese dinero. Nos construye un panorama en que tenemos que tomar una

decisión, pero ambas opciones son de doble filo: riesgo-bonos/prevenir-no bonos.

Lo que sorprende y no deja de ser triste es a los extremos que se llega. ¿Qué pasa si uno de nosotros se mataba el lunes? Porque si siempre hay probabilidades de que pase, ahí eran mucho más altas. La lógica de fondo siempre es la misma: que haya muchos riders, que compitan entre ellos, y así cada pedido es entregado con la mayor velocidad posible. Sobra decir que a Deliveroo le da exactamente igual que uno de nosotros se mate intentado acumular la mayor cantidad de bonos. Al fin y al cabo, se supone que es una decisión nuestra. Y llevan la situación hasta un extremo increíble, de riesgo explícito. Y, claro, todo esto se articula en base a la situación legal: ellos no son responsables de nosotros. Y actúan como tal. Pero nosotros sí dependemos del dinero que ganamos trabajando para ellos. Y ahí se genera esta situación de sujeción y precariedad que, en la práctica, puede cobrar formas tan exageradas que llegan a ser grotescas. No es sólo que la lógica de que nosotros asumamos los riesgos de la actividad no tenga límites, sino que además ponen bonos para incentivarnos a trabajar en situaciones que pueden ser mortales. Es simplemente obsceno que haya un repartidor trabajando con nieve, cobrando por pedido entregado y más encima con bonos altos. Sólo demuestra hasta qué punto llega su necesidad (Diario de campo, 10 de febrero del 2018).

5.2 La lógica de las tarifas

La determinación de las tarifas que se paga por cada pedido entregado apunta en la misma dirección que los bonos. Como ya sabemos, las tarifas son impuestas por las propias plataformas, y si bien al comienzo se pagaba un monto fijo por pedido, ya en el 2018 todas habían impuesto una base mínima, más una comisión variable según distancia. Sin embargo, y tal como ya explicamos, se trata de una fórmula que cambia según el día y la hora, en relación con la demanda. Es decir, un pedido que requiere, por ejemplo, recoger en el restaurante El Completex de Alonso Martínez y entregar en el portal 10 de la calle López Silva, al lado del metro La Latina, no se paga igual un martes en la tarde que un viernes en la noche. La lógica tras aquellas variaciones sería que la retribución más justa por cada tarea debe ser decidida por la oferta y la demanda, por lo cual, dado que un

viernes en la noche hay más posibilidades de hacer pedidos y más repartidores compitiendo, finalmente se paga menos. Además, la ecuación para determinar las tarifas se ha transformado en uno de los puntos de intervención preferidos por la Gerencia, llevando a que se modifique con relativa frecuencia.

Relato una anécdota importante al respecto para comprender desde dónde se piensan estas medidas. Tal como hemos adelantado, hasta el verano del 2018 Deliveroo pagaba una tarifa fija de 4,25€ por cada pedido entregado, sin importar el día, la hora ni el trayecto que hubiese que recorrer. Todos los pedidos se pagaban igual. Aunque en esas condiciones ya era imposible saber cuánto dinero se podría generar a fin de mes, puesto que todo seguía dependiendo de varios factores impredecibles e incontrolables, por lo menos uno sí sabía cuánto cobraba por tarea realizada y tenía la posibilidad de elaborar cálculos un poco más fiables para organizarse y fijar su régimen de rendimiento.

El caso es que la introducción de la tarifa variable, que ya de por sí significaba una modificación importante en las condiciones de trabajo, fue articulada con el anuncio de otra medida: la eliminación de la penalización por rechazar pedidos en el sistema de reputación. Aunque esta última pasó más desapercibida. Así, a raíz de las constantes protestas, surgió una reunión realmente llamativa. Mi amigo Cristian, que por ser de los mejores repartidores mantenía una buena relación con la gente de las oficinas, logró convencer a Darío Álvarez, el coordinador de Operaciones por ese entonces -después ascendido a jefe de Operaciones y actualmente desempeñando aquel cargo en Glovo-, para que un viernes, pasadas las 23 horas, fuera hasta la plaza de Tribunal para conversar y explicar todo lo que estaba pasando. Difícil imaginar un escenario más informal. En la reunión se habló de varios asuntos y duró hasta casi la una de la madrugada. Éramos alrededor de unos 12 repartidores, y allí Darío expuso a la perfección la visión de la empresa⁸³. Cuando se le preguntó por qué Deliveroo no estaba dispuesto a pagar una tarifa fija por pedido entregado, nos dijo:

- **Darío:** ¿Por qué? Porque tiene todo el sentido del mundo. Yo no te puedo asegurar un precio mínimo por pedido de cuatro euros en un pedido que te

⁸³ Adjunto la grabación de la conversación y su transcripción en Anexos digitales. Es bastante difusa, por lo que sugiero escucharla leyendo la transcripción. Está con el nombre “17. Reunión en Tribunal con Darío Álvarez”. Una parte fue publicada en el informe de UGT “Análisis de la presión política y social de las plataformas de reparto” (Diez et al., 2021a).

entra aquí, para recoger aquí, y entregar allí (todo muy cerca), ¿vale? Porque, entonces, tú me dirás: “Pues esperaré a todos esos pedidos y rechazaré todos los demás, porque ese pedido está muy bien pagado en comparación con un pedido en que me tengo que desplazar a 5, 6 kilómetros...”

Aunque sea sólo un pequeño fragmento, expone a la perfección la lógica que hay detrás. Quizás sin darse cuenta, Darío admite que la modificación de la tarifa está pensada para introducir incertidumbre y que los repartidores se vean empujados a aceptar todo tipo de pedidos. No sólo aquellos que más les convienen, sino todos los que la plataforma necesita. En el fondo, nuevamente se trata de eliminar las certezas. Pues, evidentemente, aunque un repartidor se vea tentado a rechazar un determinado pedido, no tiene cómo saber si el siguiente será mejor. De todos modos, no hay que ser un experto en derecho laboral para saber que un autónomo debe tener la capacidad de establecer o por lo menos negociar sus tarifas. Sin embargo, se podría decir con seguridad que en ese momento un sector considerable de los repartidores no estábamos en desacuerdo con la tarifa fija que se cobraba por cada pedido entregado. Lo que debemos rescatar de aquí, entonces, es que la empresa no impuso directamente que todos los pedidos deben ser aceptados, sino que, jugando audazmente con los límites legales y su propio modelo de trabajo, construyó una situación en la que, aun cuando permitió rechazar libremente pedidos que no convienen, fuéramos empujados a aceptarlos.

Después Darío sigue y dice:

- **Darío:** Mi único compromiso con vosotros es el siguiente, dos compromisos con vosotros. El primero es: vamos a cuidar vuestros ingresos dentro de lo razonable de nada garantizado, obviamente, porque podéis rechazar, podéis decidir ir, no ir, estar en cualquier zona y de más, ¿vale? (...)

Y mi único compromiso es decir: intentaremos que esto siga creciendo y que vosotros estéis lo más protegidos posible dentro de vuestra libertad, la libertad que tenéis de decidir cuántas horas queréis, cuántas horas no queréis, qué pedidos queréis hacer y cuándo. ¿Os parece injusto cómo se paga un pedido?, rechazadlo; ¿no os gusta ese restaurante?, no vayáis.

Como se puede ver, sus palabras se sostienen sobre un principio fundamental de la teoría neoliberal. Y es que plantea la libertad de los repartidores como libertad de acción en el mercado. Construye el argumento desde el supuesto de que el repartidor es un agente libre e independiente, que se moverá audazmente para explotar al máximo sus oportunidades, por lo que la empresa, consciente de su posición, no coartará aquella libertad imponiendo tarifas fijas. Se da por cierto que los repartidores realizarán cálculos de coste/beneficio para evaluar los pedidos y rechazar aquellos que no les convengan, de modo que lo más lógico es que las tarifas propuestas también se calculen de acuerdo con parámetros estrictamente mercantiles, sin considerar variables como la dependencia o instancias de negociación. En consecuencia, se trata de una construcción absolutamente abstracta e ideologizada, que en ningún momento tiene en cuenta las condiciones reales en que se desarrolla la actividad ni la situación y los requerimientos que estábamos reclamando.

5.3 El cambio

A fin de cuentas, las diferentes estrategias utilizadas por la Gerencia para ir gestionando la competencia y transformarla en un ciclo eficiente e inacabable, se pueden entender desde la posibilidad de introducir ajustes constantes en el modelo de trabajo, sin que ello signifique transformarlo por completo. El fondo del asunto es que la organización del trabajo en las plataformas de reparto goza de tal nivel de opacidad, que puede ir siendo ajustado según las necesidades de cada momento sin generar mayores sobresaltos. De este modo, los cambios son una política fundamental no sólo por los ajustes particulares que introducen en una u otra parte del modelo, sino porque, al ser imprevisibles y frecuentes, logran dotar al trabajo de inestabilidad; cosa que, según todo lo que hemos visto, estimula directamente la competencia.

Así es cómo se ha ido creando un sistema flexible y adaptable según las necesidades del momento. Se trata de una serie de medidas *ad-hoc* al contexto, diseñadas para adecuar la operatividad a la variable primordial y fluctuante de la demanda, de la cual depende directamente el sueldo de los repartidores. Según he podido ver, con el paso del tiempo, y gracias a la costumbre creada por la modificación constante, estos cambios ya son anunciados sin mucho preámbulo ni especial cuidado, siendo recibidos como una parte inherente a la actividad. Por tanto, cuando decimos que el cambio es una de las estrategias fundamentales en la organización del trabajo, es precisamente en este sentido.

Ha sido tal la cantidad de cambios que se han sucedido y sobre tantos puntos distintos que es simplemente imposible hacer una recopilación exhaustiva de cada uno de ellos. Sin embargo, sí que podemos nombrar los principales:

- El contrato: de un contrato de Prestación de servicios al TRADE, en el verano del 2017.
- Las variables del sistema de reputación: según se manifestó en algunos juicios, se habrían eliminado las variables “pedidos rechazados”, “soltar horas” y “conexión en horas asignadas”, aunque no hay cómo comprobarlo y los testimonios de los repartidores dicen lo contrario.
- La información cuando cae un pedido: hasta mediados de 2018, antes de aceptar un pedido, el repartidor sólo podía ver dónde estaba el *partner* al cual debía ir a recoger, pero no dónde debía ir a dejarlo después. A partir de ahí, comenzó a mostrarse la información completa.
- Los bonos: cambios constantes, imprevisibles y prácticamente semanales.
- Las tarifas: cambios constantes e imprevisibles.
- La forma de calcular las tarifas: paso de tarifa fija a tarifa variable, y después modificaciones reiteradas en la fórmula para calcularla.
- Competir por las horas: hasta mediados del 2018, se utilizaba la aplicación Staffomatic, después cada plataforma instauró su propio sistema: SPP en Deliveroo y Antigüedad en Glovo.
- De horas asignadas a conexión libre: Uber Eats ha sido la única que siempre ha mantenido el sistema de conexión libre. Tanto Glovo como Deliveroo han asignado franjas según la competencia en el sistema de reputación. En plena cuarentena por la pandemia, Deliveroo instauró la conexión libre.
- La forma de comunicación con Soporte: se pasó de un chat directo en Telegram a los macros que comentaba Marta. Después se dejó Telegram y se incorporó un chat en la plataforma, que borra el historial automáticamente.
- En las zonas para repartir: Hasta el verano del 2017, cada plataforma tenía la ciudad dividida en zonas relativamente abarcables. Después comenzó una liberalización progresiva que hizo que el radio a cubrir en cada pedido fuera cada vez más extenso. Finalmente, se llegó a extremos como tener que ir desde Tribunal hasta el barrio Del Pilar en bicicleta.

- La división del día en franjas: hasta el verano del 2017, existían turnos de trabajo que agrupaban dos o tres horas seguidas y permitían que todo fuera un poco más organizado. Por ejemplo, comidas: de 12.45 a 15.00pm o de 13.15 a 15.30pm, etc. Después el día se dividió en franjas de una hora y la competencia se desató.
- La obligación de usar mochila de la empresa: hasta la implementación del TRADE, a cada repartidor se le decía que debía utilizar la mochila de la plataforma a la que estuviera conectado. Sin embargo, nunca fue una norma que se cumpliera a rajatabla.
- Los ratos muertos: Hasta la implementación del TRADE, los ratos muertos se pasaban en los principales centros de reunión de cada ciudad y se hacía bastante vida en grupo. Esto fue fundamental para la organización y el surgimiento de Riders X Derechos. Después, al pasar a ganar por pedido entregado, poco a poco fue una instancia que quedó más bien relegada al acabar el turno, ya que era más eficiente dar vueltas por la ciudad para aumentar las probabilidades de ser seleccionado.

Como se ve, entre todos estos cambios, hubo uno en particular que marcó al sector: la instauración del TRADE en el verano del 2017, implementado justo después de que Inspección de Trabajo cerrara su primera actuación sobre Deliveroo, en Madrid. Fue a partir de ahí que comenzó la expansión agresiva de las plataformas en el mercado y el modelo de trabajo se transformó en un sistema de competencia constante. Hasta ese momento, se pagaba por cada hora trabajada -no por tarea-, los turnos eran más o menos estables, todos tenían un mínimo de horas para repartir y el sistema de reputación aún no estaba afinado. Si bien efectivamente se debía competir por las horas y la carga de trabajo, había una base mínima garantizada que corría por parte de la empresa; un pacto verbal entre los empleados de las oficinas y los repartidores que, aunque no era sagrado y se saltaba con frecuencia, por lo menos sí era un punto de referencia. Aunque aun así las condiciones de trabajo eran explícitamente irregulares, pues de aquel periodo surgieron las primeras denuncias y sentencias, todo aquello se sostenía sobre un equilibrio relativamente estable. En comparación con el resto de las condiciones del mercado laboral y considerando la tarifa plana de autónomos, era una situación tolerable. Como veremos, aquello responde a una estrategia frecuente: cuando una plataforma comienza a operar en un nuevo país, uno de los primeros objetivos es dotarse de una flota de repartidores lo

suficientemente grande como para brindar un servicio eficiente, darse a conocer, arraigarse en el mercado y desde ahí iniciar una expansión agresiva, por lo cual las condiciones de trabajo ofrecidas al principio prácticamente no guardan ninguna relación con lo que se puede ver poco tiempo después.

A fin de cuentas, en cuanto a la organización del trabajo, algunos cambios responden a necesidades contingentes y otros son parte de rutas a largo plazo trazadas por la plataforma. Sin embargo, todos tienen el mismo destino: la competencia y el rendimiento de los repartidores. Cada maniobra de las plataformas apunta siempre en la misma dirección. La competencia no es sólo un mecanismo eficiente para organizar el trabajo, es un paradigma de pensamiento y conducta.

Mediante este tipo de estrategias, entonces, la competencia de los repartidores se transforma en una dinámica de nunca acabar, por lo cual aquellos que en algún momento lograron ponerse al tope de la carrera, más temprano que tarde comienzan a caer. Es normal que así sea, pues es prácticamente imposible mantener un rendimiento impoluto a lo largo del tiempo, sobre todo si consideramos que la imprevisibilidad es una parte constitutiva del modelo.

A Gonzalo lo entrevisté en el 2020, cuando tenía la reputación en 100. En 2021 comenzó a tener problemas con su puntuación y poco a poco fue cayendo en la competencia, hasta que hubo un momento en que tuvo que dejar de ser repartidor porque ya no podía seguir pagando su cuota de autónomo.

Karol, Esteban, Vicente y Jorge, que vivían situaciones completamente opuestas, también debieron buscarse otros rumbos. Sólo Alonso, Tamara y Sebastián han podido mantenerse, a pesar de los numerosos y potentes sobresaltos que ha vivido el sector.

De los amigos con los que paraba en Tribunal y Alonso Martínez, hace años que ninguno sigue siendo repartidor. Incluso Cristian, que logró mantenerse durante bastante tiempo, terminó agotado. Apenas logró reunir el dinero para pagar sus deudas, decidió volver a Ecuador. El día que nos vimos para despedirnos, me contó que se iba porque, de tanto tiempo enfocado casi únicamente en trabajar, se había quedado sin círculo social y eso lo tenía deprimido.

La ecuación del rendimiento: reflexiones sobre la organización del trabajo y los repartidores

Hemos visto que uno de los puntos de referencia fundamentales por parte de las plataformas en la organización del trabajo es la autonomía de los repartidores. Es sobre esa piedra que se va construyendo toda la arquitectura del modelo. De cualquier manera, es evidente que aun cuando se trata de una figura que en España está totalmente regulada y definida, aquí no posee los mismos límites. Las plataformas han jugado temerariamente con ella para construir una forma de organización que permita flexibilizarla y aprovecharla al máximo. Pues no debemos olvidar que su modelo no sólo está diseñado para ser eficiente, sino que fundamentalmente debe poder ser usado como un ejemplo práctico en las batallas judiciales y legislativas contra los márgenes de la regulación del trabajo. Aunque ya lo analizaremos en profundidad, salta a la vista que se vulneran principios básicos que definen cómo debe ser un trabajo autónomo. No obstante, todo indica que el objetivo es que aquellos aspectos nunca sean demasiado groseros, pues nadie daría crédito a algo *tan* ilegal, sino que den fuerza y forma a una figura de trabajador autónomo renovada frente a un marco normativo anticuado. Se trata de una organización del trabajo, entonces, que juega constantemente con los límites y que debe servir como herramienta de presión.

Ahora bien, el resultado de esa gestión temeraria sobre la autonomía de los repartidores es la construcción de un sistema flexible y que puede ser ajustado según las necesidades de la competencia a cada momento, empujándolos a dar el máximo de sí. Esto es lo que aquí bautizaremos como la Ecuación del rendimiento. Hablamos de la constante producción de las condiciones adecuadas para que cada cual, en su plena libertad, tome por sí solo las decisiones buscadas. En el fondo, es un ejercicio de gobierno de las conductas (Foucault, 2009). Como hemos visto, las plataformas van articulando distintas variables que componen un escenario de libertad de elección marcado por la incertidumbre, competencia e inestabilidad. La fuerza del modelo radica en que prácticamente no existen las instrucciones explícitas, sino que todo funciona a partir de la creación de situaciones donde el repartidor debe elegir. Tal como plantean Dardot y Laval: “Si <<gobernar es estructurar el campo de acción posible de los demás>>, la disciplina puede ser redefinida, de forma más amplia, como un conjunto de técnicas de

estructuración del campo de acción, distintas según la situación en la que se encuentre el individuo” (Dardot y Laval, 2015: 218).

Aunque es evidente que sí existen mecanismos de evaluación y sanción que permiten que todo esto funcione y que, en definitiva, en muchos casos logran generar una coacción directa sobre los repartidores, no aparecen como herramientas ordinarias para la organización del trabajo. Algunos de ellos están ocultos y sólo se pueden conocer mediante la experiencia, mientras que otros son presentados como los pilares de un modelo diseñado para el empoderamiento de los consumidores. En efecto, los sistemas de reputación serían una herramienta que permite poner información a disposición de los consumidores para transparentar los procesos. Su fuerza y la revolución que han originado desde su aparición radica en que ya no existiría solamente el precio como fuente de información para tomar decisiones, sino que se puede acceder directamente a la calificación de la conducta, a una cuantificación del rendimiento de cada trabajador, lo cual crea un mecanismo que, al premiar a algunos y castigar a otros, ofrece mayores certezas y encauza por sí solo los comportamientos desviados. Los sistemas de reputación se sustentan en la vigilancia, sanción y extracción exhaustiva sobre los trabajadores. Todo esto quiere decir que las empresas han descentralizado la vigilancia -en un movimiento promocionado como empoderamiento- para incluir en el proceso a los consumidores. En este caso, lo que se construye es un verdadero panóptico de democracia y tecnología alrededor de los repartidores. Ni una mala cara, ni un mal gesto, ni un mal momento, ni un mal día, ni un atraso. Todo se mide y todo queda registrado en las estadísticas personales, generando una media que refleja la reputación y la subjetividad del emprendedor. Se trata de un entramado donde el control y la sanción sobre los trabajadores se presenta como un ejercicio de derechos.

Tal como hemos visto, esta dinámica subyacente se expresa en diversas situaciones cotidianas en las que los repartidores son interpelados a desarrollar un determinado tipo de respuestas, basadas en la capacidad de adaptación, el aprovechar oportunidades, asumir riesgos, ser flexible y ambicioso. Apunta constantemente a su capacidad de agencia, a pensar el trabajo y a sí mismo desde un específico punto de vista, donde el objetivo sería adaptarse para rentabilizarse día a día. Aunque existe una infinidad de estrategias para desenvolverse en este contexto y no todas ellas pretenden cumplir con esta perspectiva, es sin duda un modelo disciplinante, aunque distinto a lo que

históricamente se podría haber entendido, pues el punto crítico no es un control manifiesto y estricto sobre los cuerpos, sino más bien la construcción de un escenario donde supuestamente se trabaja para sí mismo (Alonso y Fernández, 2013). Nuevamente, Dardot y Laval lo explican mejor: “La interiorización de las normas de rendimiento, la autovigilancia constante para someterse a los indicadores, la competición con los demás, son ingredientes de esta <<revolución de las mentalidades>> que los <<modernizadores>> pretenden introducir” (Dardot y Laval, 2015: 320).

Se trata a todas luces de una arquitectura que tiene en su centro de referencia al sujeto empresa (Foucault, 2009). Ahí radica el modelo de comportamiento ideal que se desprende de la lógica de la organización del trabajo y los constantes requerimientos de las plataformas, pues la disciplina requerida para mantenerse como repartidor y triunfar en la competencia apunta a desarrollar precisamente esas cualidades y actitudes. Con esto no pretendemos decir que los repartidores efectivamente subjetiven esas características en mayor o menor medida, ya que es un punto que sobrepasa a los objetivos de esta investigación, sino que es el modelo que sirve para comprender la lógica del entramado que construye la organización del trabajo y qué tipo de trabajador guarda.

Sin embargo, y tal como hemos comprobado a lo largo de este análisis, queda claro que en muchos aspectos estamos frente a una organización del trabajo sencillamente radical. Esto no es casualidad ni producto de malas intenciones, es una consecuencia del hecho de que el propio modelo sea en sí mismo un proyecto político, ya que, al menos por el momento, apunta directamente a un tipo ideal, a una figura de trabajador que solamente existe en la práctica informal, pero que no está reconocido ni regulado. Hablamos de emprendedores sin capital, clientes, infraestructura ni proyecto propio, y que además se desenvuelven en un entramado configurado desde la otra parte. En términos simples, una figura que no está contemplada en la legislación. Pero es precisamente ahí donde reside su fuerza disciplinaria. Como hemos visto, todas las acciones de las plataformas hacia los repartidores son siempre en base a una supuesta condición de emprendedor. Hay una indiferencia pragmática y metódica a su sujeción y dependencia. Sin importar que las evidencias y pruebas sean abrumadoras, las plataformas los entienden como agentes libres en el mercado. Y deben seguir haciéndolo así, sino el proyecto se desmorona. No obstante, la realidad demuestra que la gran mayoría depende de su actividad en los términos clásicos de una relación laboral.

Este choque de visiones quedó perfectamente reflejado en aquella reunión a medianoche entre algunos repartidores de Deliveroo y Darío, el entonces coordinador de operaciones. Hubo un momento de la conversación donde los ánimos ya estaban derechamente encendidos y, en medio de la discusión sobre la imposición de la tarifa variable, tuvimos este cruce de palabras:

- **Darío:** Si yo te voy a pagar 8 euros por ir más lejos, no tiene sentido que te pague 4,50 por ir aquí
- **Felipe:** Lo que pide aquí la gente es tarifa fija, hermano
- **Darío:** ¿Pero por qué? ¿Por qué queréis tarifa fija?
- **Felipe:** ¡Porque es natural! ¿Tú cómo ganas, huevón? ¡Perdóname que te haga la pregunta, pero es que siento que no estás nada compenetrado con la realidad!
- **Darío:** Pero tío, si tú antes cuando tenías...
- **Felipe:** ¿Tú tienes un sueldo fijo? ¿Tú sabes que todos los meses vas a tener para pagar, que vas a tener para el alquiler?
- **Darío:** Pero porque mi trabajo es fijo...
- **Yo:** ¡Pero es que éste trabajo es fijo! ¡¿De qué vive la gente aquí, loco?!
- **Darío:** Tú pedido no es fijo, tú pedido puede ser más corto o más largo, pero tienes derecho a recibir dinero si vas más lejos, igual que...

Tal como decíamos más arriba, se trata de un modelo totalmente descontextualizado, que para poder funcionar requiere de la discusión y legislación sobre una nueva figura de trabajador, con sus responsabilidades y derechos, que es exactamente lo que han perseguido las plataformas. Como veremos, uno de los principales argumentos en todo este proceso es que la propia regulación del trabajo les impide introducir ajustes que lo suavicen y otorguen seguridades.

Además, esta situación se expresa en diferentes dimensiones que van construyendo la forma que tiene el trabajo en la actualidad, y que suman a la presión por regularlo. Por ejemplo, aun cuando muchos repartidores dependen de su actividad y pasan diez o más horas diarias conectados, las plataformas no poseen un canal de comunicación adecuado para resolver problemas importantes, que sobrepasan las funciones del equipo de Soporte.

Todo está gestionado como si la plataforma no fallara nunca, aunque no hay nada más lejos de la realidad. Los fallos son frecuentes. Es un hecho común las desconexiones imprevistas, los atrasos o cobros mal calculados, la pérdida de horas, los pedidos que se rechazan solos, las rutas mal trazadas, las direcciones mal escritas, los clientes que no están o las sesiones que no se abren. Una serie de problemas que la gran mayoría de las veces son ajenos al repartidor, pero que de igual modo se contabilizan en sus estadísticas. La consecuencia es que, como en la práctica los repartidores no son ni empleados ni autónomos, deben ir a las oficinas a pedir a modo de favor que se solucionen problemas que en realidad son errores de gestión propios de la empresa o derechamente vulneraciones a sus derechos. Así se van generando cotidianamente situaciones complejas.

Llegados a este punto, y a la luz del surgimiento de las asociaciones pro-autónomos, sobre las que ya hablaremos en profundidad, cabe preguntarse en qué medida un porcentaje de los repartidores ha ido comprendiendo su actividad y el modo de enfrentarla en relación con la figura y las cualidades del emprendedor. Para poder responder a esta pregunta en profundidad, primero debemos retomar el problema anterior, esta vez poniendo el foco en la conquista fundamental que ha conseguido el modelo de trabajo en tanto proyecto político.

El modo de operar de la economía de plataformas, que invita a rentabilizar los recursos ordinarios a través de un conjunto de *start-ups*, ha ido llevando a una transformación del propio concepto de emprendimiento. Quizás todavía no se trate de un cambio abrumador, recogido en diferentes legislaciones, pero por lo menos en el caso de las plataformas de reparto en España, es un giro que los hechos han demostrado que efectivamente existe en la percepción de una proporción importante de los propios trabajadores. Aquí debemos dejar de entender a cada plataforma como una empresa diferenciada y basarnos en el efecto que han logrado generar en conjunto, ya que, desde este punto de vista, se trata de un entorno de plataformas de reparto complementarias. Tal como hemos explicado, el modelo no se sustenta en la condición de que cada repartidor posea una estructura empresarial propia y desde ahí opere como emprendedor en el mercado, sino que son las propias plataformas las que han generado la red de clientes, los acuerdos comerciales con los *partners*, los medios de pago, las rondas de financiación multimillonarias o las campañas publicitarias. Por ello, es evidente que la idea del autónomo en plataformas no

apunta a la versión ya regulada que todos conocemos, sino que, como habíamos dicho, camina en la dirección de un nuevo tipo de trabajador. Y es que, dado que en este sentido todas operan en conjunto, han creado el escenario donde un solo repartidor puede estar llevando al mismo tiempo pedidos de Glovo, Deliveroo y Uber Eats, lo que lo haría parecer, y en muchos casos sentir, un autónomo. Para lograr construir esta situación, han estado dispuestas a obviar el logo de la mochila que lleva en la espalda o qué pedido debe entregar primero, pero a cambio han ido construyendo todo un diseño para competir por acaparar su tiempo y atención. De esta manera, quizás el repartidor se pueda pensar como un emprendedor y defenderá aquella posición, pero en la mayoría de los casos eso será exclusivamente dentro de la infraestructura y el entorno que han creado las propias plataformas. Hasta donde sé, son contadas las excepciones de aquellos que traspasan esas fronteras y ofrecen un servicio propio a restaurantes u otros clientes. En este sentido, la afirmación de que Amazon, Glovo, Stuart, Deliveroo, Uber Eats, LolaMarket, etc., serían clientes de los repartidores, sólo se sostiene en tanto que siga existiendo una variedad de plataformas y operen en conjunto, permitiendo la libertad de trabajar en varias a la vez; cosa que, por otra parte, entra en abierta contradicción con la agresiva competencia que mantienen, siempre y cuando antes no logren hacer crecer lo suficiente el mercado como para impulsar una legislación que legitime esta nueva figura de trabajador autónomo.

Teniendo todo esto en cuenta, y volviendo al problema del emprendimiento, no deberíamos pensar las respuestas de los repartidores en un sentido clásico del término, pues sería sacarlas de su contexto. Debemos considerar el emprendedor dentro de la economía de plataformas o Autónomo digital, que es como se nombró al proyecto en España.

En este específico sentido, quizás por el mismo hecho que Morozov (2018) postula a las plataformas de trabajo como el último peldaño de la pobreza antes de la indigencia, efectivamente existe un grupo considerable que se ha apropiado de los principios del modelo y lo ha defendido a ultranza contra cualquier intento de regulación. No es descabellado suponer que una parte importante de ellos, al momento de comenzar a repartir, jamás se había planteado aventurarse en su propio emprendimiento. De todos modos, muchos hoy se consideran agentes que se mueven libremente en el circuito de plataformas, explotando oportunidades.

Tampoco podemos olvidar que existen aquellos que simplemente no están de acuerdo con el funcionamiento del modelo y que se consideran falsos autónomos, o los que han puesto denuncias, demandado a las empresas, creado movimientos y la gran mayoría que entiende que es mejor no hacerse tantas preguntas, ya que es una salida para trabajar y poder vivir.

Sin embargo, hasta donde he podido comprobar a lo largo de todos estos años, independiente de si la trayectoria en la plataforma resulta ser exitosa, desastrosa o una experiencia única para explotar las facultades emprendedoras y competitivas, al momento de entrar casi todos llegan buscando nada más que una oportunidad para trabajar lo antes posible. En otras palabras, son trabajadores provenientes de situaciones económicas apremiantes y muchas veces con realidades sociales complejas, y las plataformas aparecen prácticamente como la única oportunidad para subsistir sin grandes trámites de por medio. Todo esto significa que las condiciones de vida no están en sintonía con lo que comúnmente entendemos por un emprendedor, pues hay quienes ni siquiera saben qué significa ser autónomo, de modo que es ahí donde comienza la batalla por mentalizarse y disciplinarse para aprender a conducirse como la situación lo exige. Hay unos que lo logran y otros que sencillamente no. Pero lo fundamental es que todos: inmigrantes recién llegados, parados o estudiantes, son conducidos a desenvolverse según los principios del sujeto empresa, a rentabilizarse en el régimen de la libertad y la competencia de la economía de plataformas.

Dicho esto, la organización del trabajo en las plataformas de reparto, a través de sus instancias y múltiples mecanismos, efectivamente intenta construir a un tipo concreto de trabajador, aunque no es un emprendedor en el sentido clásico del término. Es más bien un trabajador dotado de las cualidades del emprendedor para adaptarse a las circunstancias y competir: asunción de riesgos, resiliencia, estrategia y ambición, pero sin sus medios ni la misma perspectiva de crecimiento. Es decir, un repartidor con mentalidad de emprendedor que, aunque no tenga capital ni proyecto propio, sea resiliente y sepa moverse ágilmente para explotar las oportunidades que surgen. Toda la organización del trabajo y sus medios para gestionar la competencia apuntan a construir un trabajador en constante situación de emprendimiento, nunca un empresario. Se trata, entonces, de la lucha por un sujeto empresa en el sentido más estricto del término, pues aquí no hablamos sólo de una cierta mentalidad mercantil a desarrollar, sino que efectivamente sería un

sujeto que no dispone más que de sus cualidades y su propio cuerpo para aprender a rentabilizarse a través de diversas plataformas: el Autónomo digital del siglo XXI.

Sea como sea, no haría justicia a la realidad plantear que el caso de los repartidores constituye una prueba de los postulados neoliberales y su construcción de sujeto en tanto agente económico, pues, hasta donde he podido ver, las elaboraciones y acciones de los repartidores para desenvolverse y conquistar sus objetivos, son una respuesta generada a partir de los requerimientos del modelo de trabajo, no los cimientos de su propia aventura empresarial o el producto de una cualidad innata. Como hemos revisado, aquí se crea una fricción constante, donde las plataformas han debido crear un sistema realmente complejo, repleto de recovecos y puntos ciegos, para obtener las respuestas esperadas, y aun así continuamente surgen todo tipo de resistencias y rebeliones, desde grandes acciones organizadas hasta pequeños actos invisibles a través del chat. Dicho de otro modo, el modelo de trabajo no aparece tanto como un catalizador de las cualidades competitivas y mercantiles naturales en los sujetos, sino más bien como un mecanismo de presión y conducción. Que el desarrollo de ciertos comportamientos, tal como el régimen de rendimiento personal que hemos descrito, sea interpretado desde una perspectiva netamente economicista, siendo que está directamente mediado por los requerimientos de la plataforma y que muchas veces nace desde situaciones tan apremiantes como no fracasar en el proyecto migratorio, parece sobre ideologizado. Si llevásemos esta fórmula a la organización de una sociedad completa, definitivamente no parecería un paraíso liberal, sino un Gran Hermano o 1984. No es necesario extorsionar a tal nivel la naturaleza humana para ver lo que hay en ella.

Es probable que sea por esta serie de razones que, cuando preguntaba en las entrevistas por las cualidades que hay que desarrollar para poder mantenerse en carrera, uno de los puntos fundamentales fue la resistencia mental. Sería difícil imaginar una respuesta distinta. En la entrevista con Esteban, cuando le pregunté sobre cómo se adapta al estrés que significa no saber si a fin de mes su familia recién llegada España tendrá el dinero que necesita, me dijo lo siguiente:

- **Entrevistador:** Y también me imagino un nivel de stress importante, ¿no?

- **Esteban:** Sí. Había momentos que venía el stress porque a lo mejor la semana; en verano, por ejemplo: en verano salía todos los días, todas las horas, y no llegaba a hacer siquiera 10€. Porque en verano Madrid queda solo.
- **Entrevistador:** ¿Y qué hace uno con esta frustración?
- **Esteban:** Bueno...Te llenas de paciencia y piensas por qué estás aquí. Te llenas de que esto no va a ser más fuerte que tú. (...) Tratas de hacer, a lo mejor parecer algo, no sé. No tiene nada que ver con lo religioso ni nada, sino que es tú manera. Así como cuando tú tienes un entrenador personal que te dice: “¡Vamos que tú puedes!”, así tu mente te dice: “Vamos que tú puedes, vamos que tú puedes”.

Finalmente, nos encontramos con una situación que no se puede esquivar. Por más disciplina y resistencia mental que el modelo incentive al repartidor a aplicar sobre sí mismo, se trata de un trabajo donde el factor decisivo no es otro que hacer rendir al cuerpo. Y aunque no todos los cuerpos son iguales ni aguantan las mismas exigencias, pareciera que depende de la voluntad de cada repartidor, de cuánto esté dispuesto a dar de sí. Pero los cuerpos no son máquinas infatigables: se cansan, sufren y se fracturan. Y su devenir está directamente atado al de la subjetividad. Cuando el cuerpo se expone al riesgo explícito, la subjetividad entra en tensión. Este es un punto alrededor del que se ha tendido a construir todo un relato romántico, sobre todo en el ámbito laboral, como si ganarse la vida desenvolviéndose en situaciones donde el cuerpo es sobre exigido o corre peligro fuese prueba de fuerza de voluntad, carácter y épica, y no una situación profundamente lamentable. Cuando mejor se aprecia esta relación en los repartidores es bajo condiciones climáticas adversas. En este sentido, cada vez que hablábamos entre compañeros sobre las experiencias trabajando con lluvia o nieve, una de las constantes que podía apreciar, y que yo mismo sentía, era la resignación. La resignación por el deber de estar ahí en contra de la propia voluntad, expuesto a las miradas de los transeúntes y al peligro inminente, haya oportunidades que explotar o no. Porque cuando el cuerpo se moja, se ve poco, hay viento y el peligro en la calle aumenta, se crea una situación que afecta directamente en la autoestima. La idea de que el sujeto actuará como un emprendedor que hará lo posible por adelantarse a los demás, aprovechará las situaciones que se le presenten y correrá riesgos para lograr sus objetivos, a veces sólo es posible entenderla desde un escenario a tal nivel disciplinante, que incluso puede llevar a tomar

decisiones que exponen al cuerpo al peligro y a la subjetividad a situaciones degradantes. Sobre esto, Gonzalo me decía:

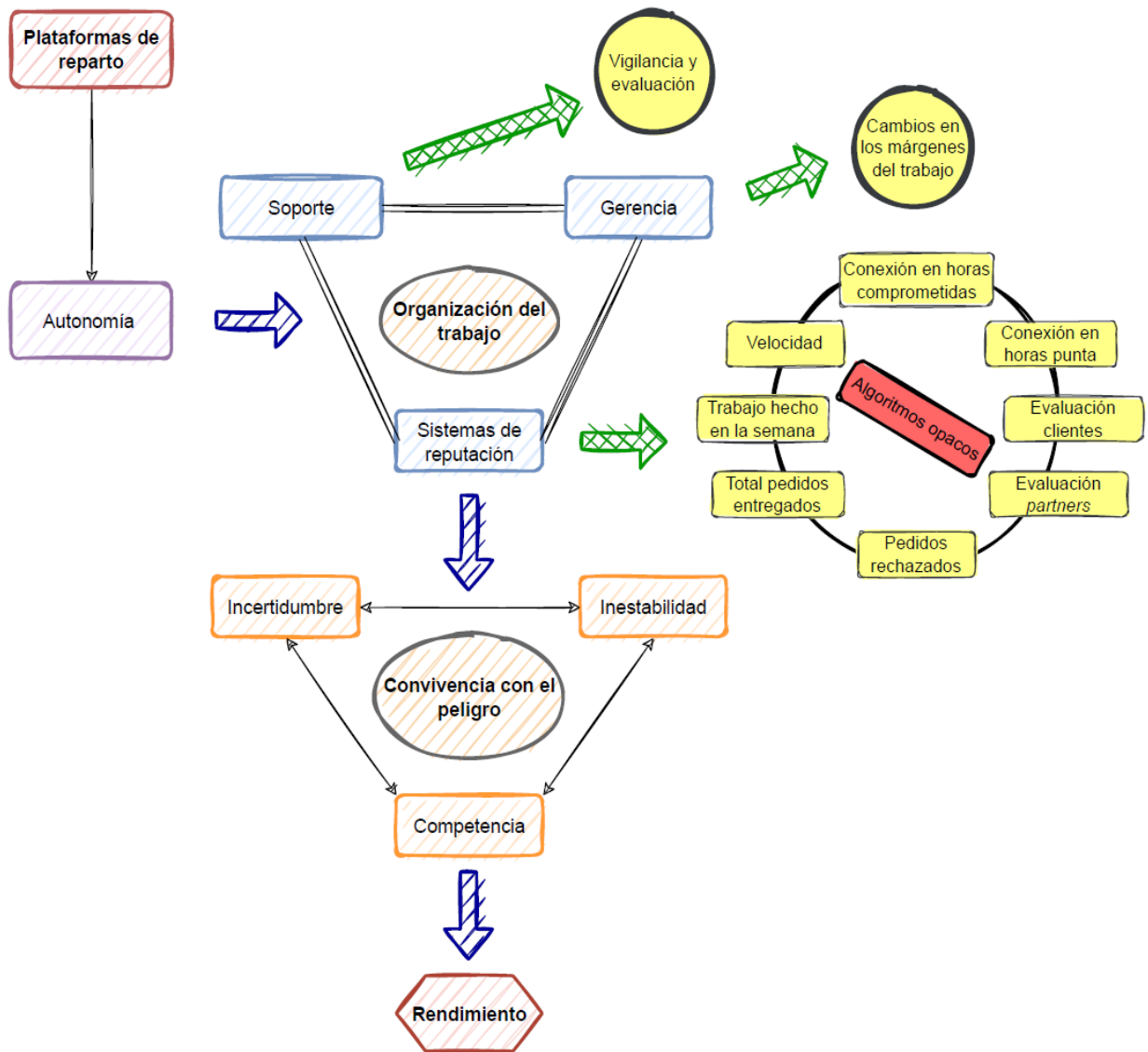
- **Gonzalo:** (...) Eso sí me hunde. Estar mojándome y el peligro, te baja el autoestima mal. Porque te estás mojando, vas todo el día con una precaución de que no me vayan a dar, o no me vaya a caer. Hace sentir mal.

Pongamos especial atención a las palabras de Karol:

- **Karol:** (...) A veces, cuando había lluvia, era terrible. A mí no me gusta trabajar con lluvia porque las bicicletas se ponen súper resbalosas. Bueno, la primera vez que yo comencé, recuerdo que comencé un día de lluvia. Y la bicicleta a mí me quedaba grande, entonces casi que yo no alcanzaba el suelo, y para bajarme a veces el bolso se me enganchaba, porque tú sabes lo enormes que son esos bolsos. Me caí... Yo uso anteojos y se me llenaban todos de agua, entonces, mientras me los limpiaba, quedaban peor y no podía ver. No sé, esa vez fue horrible. Y con lluvia no me gusta, no me gusta, porque todas las cosas que pueden pasar...el peligro se incrementa. Pero a veces cuando había lluvia, colocaban bonos y todo esto, entonces era cuando más conviene trabajar, pero con mucha más peligrosidad. (...) Entonces, a ti te duele en el alma rechazar un pedido porque sabes que es dinero que no va a ingresar a tu cuenta...

Aquí es donde está el fondo de la cuestión. Karol, en la práctica, podría no salir a trabajar en esas condiciones. El sistema, aun con todo su laberinto para impedirlo, debe permitirlo. Pero precisamente el tema es que el sistema no necesita prohibirlo, pues ha creado el escenario donde ella entendía que *debía* hacerlo. Esa situación, ingrata hasta el extremo, no es casualidad, es el resultado de toda la arquitectura de la organización del trabajo en cada una de las plataformas de reparto.

Esquema 5. Ecuación del rendimiento



Fuente: elaboración propia.

Las cuentas alquiladas⁸⁴

Todavía queda un aspecto importante que revisar sobre la organización del trabajo, fundamental para comprender el éxito del modelo y explicar por qué hay cada vez más personas dispuestas a enfrentarlo. Lo dejamos para el final por tratarse prácticamente de una investigación aparte. Si todo lo que hemos visto hasta ahora es el reverso del trabajo en plataformas, podríamos decir que lo que viene a continuación es el espacio no mencionado.

Fue a propósito de las cuentas alquiladas que, en el verano del 2020, me tocó acompañar precisamente a Karol para declarar en el Departamento Contra la Trata de Seres Humanos de la policía, pues habían abierto una investigación que seguía las tácticas de las plataformas para contar con una masa considerable e ininterrumpida de repartidores sin permiso de trabajo. Aquella oficina era escalofriante. Estaba repleta de carteles contra la trata de blancas, redes de pedofilia, había algunos con rostros de gente perdida, otros de personas llevadas a los campos para trabajar en regímenes feudales y en medio Karol contando su historia. Y es que ella, al igual que Esteban, Vicente, Alonso en algún momento y muchísimos repartidores más, no tenía permiso para trabajar en España, de modo que desde el principio alquilaron la cuenta de un autónomo.

Se trata de una situación que ha sido posible gracias a la suma de varios factores que caracterizan el modo de operar de las plataformas: la notable habilidad para aprovechar las coyunturas sociales; el modelo que permite la creación de puestos de trabajo a mansalva y que es una oportunidad fácil y rápida para que grupos excluidos entren al mercado laboral; la absoluta desvinculación con los repartidores; la incansable batalla judicial para mantener un mercado desregulado; y, por último, el trabajo en solitario mediado por la aplicación, donde se puede llevar años repartiendo sin jamás haberle visto la cara a nadie de la empresa. Si sumamos todo esto, vemos que las plataformas de reparto han creado el caldo de cultivo perfecto para generar un mercado informal, siempre oculto tras la imagen de la revolución digital.

⁸⁴ La investigación que sienta las bases de este capítulo fue realizada para el informe de UGT: “Informe sobre la explotación laboral en las plataformas digitales de reparto” (Diez et al., 2020). Está disponible en: <https://www.ugt.es/sites/default/files/informe_no_habra_futuro_para_impresion.pdf>

Del año 2017 en adelante, si alguien sale a la calle en cualquier punto de Madrid para hablar con algunos repartidores, se podrá dar cuenta que la inmensa mayoría no son sólo inmigrantes, sino que hay una proporción abrumadora que trabaja sin los permisos necesarios, en la más absoluta informalidad y totalmente desprotegidos, bajo una identidad falsa y sin ningún derecho que reclamar.

1. Cómo funcionan

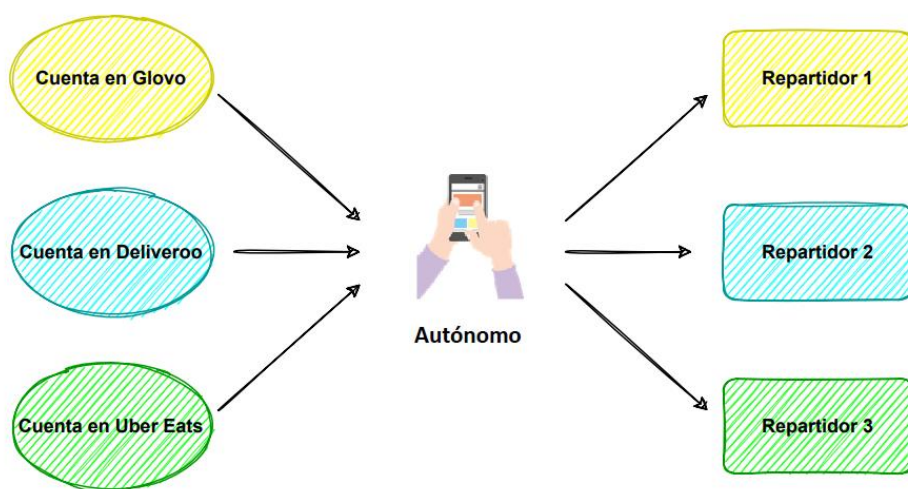
Todo esto comenzó a finales del 2017, tras las primeras actuaciones de Inspección de Trabajo, cuando las empresas habían comenzado su expansión agresiva y la carrera la dominaban Glovo y Deliveroo. En aquellos días se trataba de un secreto a voces que poco a poco fue creciendo entre los repartidores, aunque nadie entendía muy bien cómo funcionaba ni de qué se trataba. Sólo se sabía que algunos compañeros habían encontrado un “punto ciego” en la plataforma para poder obtener más dinero. Había rumores de que alguien había logrado *hackear* la aplicación para duplicar su cuenta, o que era una suerte de beneficio que tenían los protegidos de las oficinas para poder estar activos constantemente. Fuera como fuese, lo evidente era que cada vez había más gente que se acercaba a los distintos lugares de reunión para preguntar si acaso alguien sabía cómo conseguir una cuenta para alquilar.

En realidad, en aquel entonces era algo que se daba fundamentalmente entre las mismas redes de apoyo de los repartidores inmigrantes, que, estando dados de alta como autónomos, dejaban sus cuentas a familiares, amigos o conocidos recién llegados a España y que todavía no obtenían el permiso de trabajo, por lo que hacerse repartidor era una salida rápida para sobrevivir. Sencillamente se ponían a trabajar a través de la cuenta del titular, con todo lo que ello implica: la foto que ven los clientes no es la suya, están medidos por el sistema de reputación, deben cazar horas, etc. Como se trataba de un mercado casi completamente desregulado, también era una alternativa relativamente segura, puesto que el propio modo de operar de las plataformas creaba las condiciones perfectas para que nadie se preocupara por la identidad o situación del repartidor. Y así, paso a paso, el negocio fue creciendo.

Su estructura es tremendamente sencilla y se trata básicamente de una suplantación de identidad: un repartidor dado de alta como autónomo, con cuenta en una o más

plataformas, simplemente le entrega la clave para entrar en su sesión a quien trabajará como si fuera él, a cambio de una tarifa fija o un porcentaje de lo facturado, pactado mediante acuerdo de palabra. Un detalle importante: salvo que el autónomo también le entregue su teléfono, cosa que en realidad prácticamente no sucede, el repartidor que trabajará la cuenta debe descargar la aplicación en su propio teléfono. Y eso, como sabemos, deja huellas.

Esquema 6. Alquiler de cuentas



Fuente: elaboración propia.

Prácticamente desde sus comienzos, el precio de mercado de una cuenta se ha mantenido en el 30% de lo generado; entre conocidos, lo normal es cobrar el 25%; y he escuchado de casos en que incluso ha llegado al 45%. También puede ser que se cobre una tarifa fija o que se llegue a distintos acuerdos, como cubrir los gastos de autónomo o pagar el IRPF. Sin embargo, la norma es el 30%. Como es el titular a quien la plataforma le deposita, el pago a quien la alquila es siempre en metálico y también por quincenas, aunque evidentemente el trabajador queda expuesto al arbitrio del autónomo.

El modo más habitual de conseguir una cuenta es el boca a boca, ya sea a través de repartidores conocidos o saliendo a la calle a conversar con la gente. Tal como me decía el propio Vicente, que trabajó con cuenta alquilada en Glovo durante más de un año, hasta que pudo regularizar su situación. Durante ese tiempo, nunca tuvo ningún tipo de problema con la empresa e incluso tenía una muy buena puntuación en el sistema de reputación:

- **Vicente:** Yo, como estaba acostumbrado a patear la calle, como me iba a los lados del centro y me pateaba mucho la calle, veía a los ciclistas, y como eran muchos venezolanos, establecía la conversación. Y así fue que, de tanto preguntar, llegué a la cuenta alquilada. (...) Llegabas a un acuerdo: “Que si te descuento lo del IRPF...”

Y Karol nos dice algo similar sobre cómo consiguió su cuenta en Uber Eats:

- **Karol:** Y después conocimos a un muchacho, de la nada, que él estaba en un paradero de BiciMad, esperando a que le llegara un pedido para sacar la bicicleta. Obviamente no la sacaba antes porque la tiene que pagar. Y nosotros estábamos también esperando allí que le cayera algún pedido a D. Creo que era por Fuencarral, cuando él estaba con Glovo. Entonces, nosotros también estábamos esperando en ese punto, y ahí empezamos a hablar y tal. Y no sé por qué cuestión nos pasamos los números. Y él me dijo: “Sí, yo puedo conseguirles una cuenta”.

Con el tiempo, y a medida que el negocio iba creciendo a niveles impensables, cada vez se hizo más fácil alquilar, al punto de que ya muchos repartidores perdieron absolutamente el miedo a trabajar de manera irregular, y en los grupos de WhatsApp, Facebook, Telegram o incluso en Mil Anuncios se podían encontrar avisos de cuentas disponibles para alquilar⁸⁵. Así se fue transformando en algo común y corriente. A tal nivel llegó el mercado informal, que ya para el 2018 algunos repartidores calculan que la proporción entre trabajadores con cuenta alquilada y autónomos era de 50/50. Es importante dimensionar esto, porque no se trata de una exageración, estamos hablando de que el trabajo informal en las plataformas ha sido tan o más generalizado que el formal. Por ejemplo, Juanjo⁸⁶, un ex repartidor de Glovo y miembro de Riders X Derechos, hace el siguiente cálculo:

⁸⁵ Adjunto en los Anexos digitales un conjunto de capturas de pantalla sobre esto para hacerse una idea de la situación, está con el nombre “18. Capturas de pantalla cuentas alquiladas”.

⁸⁶ Es su nombre real.

- **Entrevistador:** ¿Y qué sensación tienes tú?, ¿cuántas cuentas alquiladas puede haber?
- **Juanjo:** Pues yo diría que hay un porcentaje muy grande ahí fuera. Yo diría que del 100%, de los 15.000 repartidores, yo te podría decir, de los 15.000 que hay repartiendo ahora mismo, yo diría que el 40% puede ser alquilado. O sea, es un número muy elevado.

Vicente, por su parte, decía algo similar:

- **Entrevistador:** ¿Pero tenías la sensación de que había muchos como tú o pocos? ¿Qué porcentaje crees que había de cuentas alquiladas y de autónomos?
- **Vicente:** Sí, muchos. A lo mejor mitad y mitad en el 2017.

Y Alonso, en cambio, calcula que en el 2021 ya era la norma:

- **Entrevistador:** (...) ¿Qué porcentaje crees tú que del total de los repartidores que hay son alquilados?
- **Alonso:** Yo creo que, no sé, muchísimo. Yo creo que el 90% de las cuentas son alquiladas.

2. La situación migratoria

Comprender la cuestión administrativa que ha permitido el auge de las cuentas alquiladas es una tarea fundamental, pero bastante complicada, que también da para toda otra tesis doctoral. La política migratoria es amplia y contempla numerosas figuras según las distintas situaciones de los inmigrantes, además que cada una tiene diversos procedimientos, tiempos y permisos. Por lo tanto, para evitar entrar en detalles que sólo complicarían todavía más la ya enrevesada trama que venimos siguiendo, nosotros nos vamos a centrar en explicar el caso típico de los repartidores madrileños, esto es: el repartidor de nacionalidad venezolana solicitante de protección internacional.

Una vez que llegan a España, aquellos que pretendan quedarse a vivir por razones políticas o humanitarias deben presentar obligatoriamente una solicitud de asilo en el

plazo máximo de un mes. Aunque las personas de Venezuela no necesitan visado para entrar en el territorio de la Unión Europea por un periodo no superior a tres meses, de todas formas la ley contempla que la entrada irregular a España no podrá ser sancionada cuando haya sido realizada por una persona que reúna los requisitos para ser beneficiaria de protección internacional. En términos simples, esto quiere decir que la gran mayoría de los repartidores madrileños llega en calidad de turistas, y sólo una vez que ya están aquí comienzan los trámites para obtener el asilo. Del mismo modo, en el tiempo que transcurre entre haber presentado la solicitud de asilo y su resolución, la persona no podrá ser objeto de retorno, devolución o expulsión (Ley 12/2009, de 30 de octubre).

Sólo para hacernos una idea del fenómeno, vale decir que según la base de datos que ofrece el Ministerio del Interior en su página web⁸⁷, desde el año 2003 hasta el 2014 el número de solicitantes de protección internacional en España nunca superó las 8.000 personas. El año con la cifra más alta fue el 2007, con 7.664 solicitantes, principalmente procedentes de Colombia e Irak. En el 2015, sin embargo, el número de solicitantes llegó a 14.887, y en el 2016 fueron 16.544, de los que 4.196 fueron de Venezuela. O sea, un 25.36%. A partir de ahí las solicitudes siguieron una progresión creciente: 31.740 en 2017, 55.749 en 2018 y 118.446 en 2019, con Venezuela como principal país de origen. En otras palabras, entre 2016 y 2019 se contabilizaron un total de 75.764 solicitantes nacionales de Venezuela.

Las cifras del ministerio solamente nos indican el número de solicitudes registradas cada año, pero no la cantidad acumulada que hay pendientes de resolver. En teoría, el proceso para resolver una solicitud de asilo no debería ser superior a seis meses, aunque la propia Ley de Asilo indica que en el caso de que la tramitación se extendiera más allá de este plazo, el margen podrá ampliarse. Si ya antes del año 2015 la demora en la resolución de las solicitudes era evidente, a partir de ese momento prácticamente se salió de control, pues el aumento en la demanda no se acompañó de un incremento proporcional en los medios humanos y materiales para poder solventar las tramitaciones. Prueba de esto es que una de las primeras señales que experimentan los solicitantes sobre el colapso del sistema se da incluso en el primer trámite, cuando deben formalizar la solicitud de

⁸⁷ Disponible en:

<<http://www.interior.gob.es/web/archivos-y-documentacion/documentacion-y-publicaciones/publicaciones-descargables/extranjeria-y-asilo/asilo-en-cifras>>

protección internacional, para lo cual es requisito *conseguir* una cita previa, cosa que puede llegar a demorar meses.

La consecuencia directa es que a medida que los procesos administrativos van siguiendo cada vez más lentamente su curso, entran en directa contradicción con la normativa vigente, y así se van generando escenarios realmente complicados para las personas.

Si consideramos el conjunto de estas normas y las posibles situaciones que contemplan, vemos que hay una gran variedad de supuestos en los que una persona podría estar autorizada para residir, pero no por ello a trabajar, o también que la autorización para trabajar pudiera poseer ciertas restricciones. Lo mismo ocurre con aquellos que carecen de autorización para residir y se encuentran en situación administrativa irregular. En general, cuando hablamos del trabajo de personas de nacionalidad extranjera, se tiende a homologar el trabajo irregular -ausencia de contrato y cotización- con situación administrativa irregular, pero no es así. El punto fundamental es que no toda persona que resida regularmente puede trabajar, o trabajar en lo que quiera. Todo depende del tipo de autorización otorgada.

Hasta donde sé, en el caso de los repartidores que trabajan con cuenta alquilada, la condición por excelencia es la de solicitantes de protección internacional, por lo cual su situación administrativa es regular, es decir que están autorizados a residir en el país -hasta saber cómo se resolverá la solicitud-, pero todavía no están autorizados a trabajar, por lo que la actividad es irregular. Al presentar la solicitud de protección internacional, automáticamente quedan autorizados provisionalmente a permanecer en España, hecho que se acredita con un resguardo conocido como “tarjeta blanca”, que debería tener vigencia de un mes. Una vez que la solicitud pasa ese primer proceso y es admitida a trámite, en el plazo de ese mes deberían recibir la “tarjeta roja”, que acredita a la persona como solicitante de protección internacional. Sin embargo, hasta que no hayan transcurrido seis meses desde haber hecho la solicitud, no pueden trabajar por cuenta ajena ni propia. El problema es que, tal como decíamos, hace ya tiempo que dicho trámite superó largamente el plazo de los seis meses, y hoy en día puede llegar a tardar hasta un año, quizás más.

Para solventar esta situación, uno de los derechos básicos que poseen los solicitantes de protección internacional es el derecho a la acogida y a los servicios sociales que permitan satisfacer sus necesidades en condiciones dignas. Todo esto toma forma a través del

Sistema de Acogida e Integración para solicitantes y beneficiarios de protección internacional, aunque también comenzó a debilitarse en el año 2015.

En síntesis, todo indica que el sistema diseñado para recibir, acoger, proteger y regular la situación de las personas solicitantes de protección internacional, colapsó en su conjunto, de modo que la interdependencia que existe entre sus instancias y normas para ser atinadas, coherentes y funcionales, llevó a crear situaciones paradójicas y exigencias imposibles de cumplir. Esto es evidente, pues ¿cómo se espera que sobreviva una persona que tiene prohibido trabajar, pero que no cuenta con ningún otro tipo de asistencia? ¿Qué hacen, entonces, los solicitantes de asilo?

Aquí es donde entran las plataformas en la ecuación...

Este es el caso de la inmensa mayoría. Muchos comienzan trabajando con cuenta alquilada y, al cabo de un tiempo, generalmente más largo de lo razonable, ya pueden darse de alta como autónomos. Aunque también hay ciertas variaciones a este paso “lógico”. Dado que en términos prácticos darse de alta como autónomo significa empezar de cero en la plataforma, hay repartidores que comprensiblemente no quieren perder todo lo realizado en la cuenta que alquilaban, por lo que se han mantenido trabajando de manera irregular para mantener su puntaje. O casos como el del propio Esteban, que prefirió asumir el riesgo de continuar alquilando para no consumir los meses de beneficio de la tarifa plana en la cuota de autónomos, por si acaso se da la situación de que puede montar su propio emprendimiento. También he escuchado de algunos que simplemente no quieren ser autónomos porque consideran que es demasiado caro y ven mejor opción continuar pagando el 30% de lo generado, además que así no pierden la reputación en la plataforma.

A partir de aquí, también habría que tener en cuenta la posibilidad de una situación enteramente distinta, la de los repartidores en situación administrativa irregular: aquellos que no están autorizados a residir y obviamente tampoco a trabajar en España. Las vías más frecuentes para llegar a esta condición son la pérdida de la situación administrativa regular por no haber podido renovarla, la denegación de una solicitud o la entrada irregular en el país, aunque sabemos que esta última no cuenta para las personas de Venezuela que hayan hecho los trámites en el tiempo delimitado. Las multas para una

persona en situación administrativa irregular que sea sorprendida trabajando pueden ir desde los 501 a los 10.000€, o incluso puede consistir en la temida expulsión⁸⁸.

Por una cuestión de lógica, debemos suponer que existe un número importante de repartidores que se encuentran en esta condición, aunque claramente es algo que se preocupan de ocultar. Por el momento, todavía no sé de un solo caso que lo asuma, pero todo indica que los debe de haber.

A pesar de esto, el panorama no varía mucho. Ya sea una persona en situación administrativa irregular o un solicitante que ha iniciado el proceso de trámite, trabajar es indispensable para poder subsistir, más todavía si tenemos en cuenta que muchos mantienen a sus familias. Por ello, la máxima es: cuanto más invisible, mejor. Esto se aplica tanto a las posibilidades de realizar una actividad que permita ocultar la identidad, como también en el intentar pasar desapercibido aceptando las condiciones de trabajo impuestas.

3. ¿Un punto ciego en la plataforma?

A finales del 2017, justo antes de que el fenómeno de las cuentas alquiladas se masificara, las principales plataformas ya estaban asentadas, habían comenzado su expansión agresiva y eran Glovo y Deliveroo las que lideraban la carrera por acaparar el creciente mercado español. Uber Eats, por su parte, todavía no tenía gran demanda, así que la mayoría disponía de ella sólo para situaciones de emergencia, o cuando no había trabajo con las otras dos. En tal escenario, las cuentas alquiladas empezaron concentrándose principalmente en Deliveroo y Glovo, ya que los repartidores autónomos entendieron que era mejor quedarse trabajando su cuenta de Uber Eats, pues era más tranquila y además gozaban de conexión libre.

Así lo cuenta Jaime, conocido como uno de los primeros en hacer negocio alquilando sus cuentas:

- **Entrevistador:** ¿Hay gente que tiene muchas más cuentas? ¿Qué son conseguidores de cuentas?

⁸⁸ En ningún caso podrán imponerse conjuntamente las sanciones de expulsión y multa.

- **Jaime:** Que las tengas todas, de repente. Deliveroo, Uber, Glovo, sí. Hay gente que... Pero realmente las rentables son Glovo y Deliveroo. Eso te digo, mayormente el autónomo trabaja su Uber y alquila las rentables.

En cuanto a las condiciones de trabajo, todo esto significa que la concentración de los repartidores con cuenta alquilada en Glovo y Deliveroo generó el marco perfecto para desatar una competencia extrema, puesto que no sólo debían cumplir con las exigencias impuestas por cada plataforma, sino también con las del titular, a quien debían entregar el 30% de lo generado y demostrar que son la mejor opción, porque si no corren el riesgo de perder la oportunidad.

Se trata de todo un mecanismo que encaja a la perfección con las lógicas de organización del trabajo y se multiplica gracias al modo de operar de los sistemas de reputación. Tal como sabemos, en las plataformas de reparto cada cuenta se va valorizando según la cantidad de trabajo que va acumulando, de lo que resulta que no es lo mismo una cuenta de Glovo con un puntaje 98 que otra en 85, como tampoco es lo mismo una cuenta de Deliveroo que una de Uber Eats. En Glovo, con un puntaje 98 se tendrá un horario semanal amplio y un flujo de pedidos relativamente constante, con lo que se podrá sacar mayor provecho a cada hora de trabajo. El punto es que, aunque estas variables no afectan en el precio de alquiler de la cuenta, sí pueden influir en las condiciones en que se trabajará, ya que el dueño sabe que se trata de un bien realmentepreciado. Recordemos, por ejemplo, que a Gonzalo le tomó dos años de trabajo llegar hasta los 100 puntos, prácticamente sin tener días libres y levantándose a medianoche a cazar horas.

Esta imbricación entre la organización del trabajo y el alquiler de cuentas da paso a una serie de condiciones en el día a día que amplifican la presión, afectando directamente en el modo en que los repartidores con cuenta alquilada realizan su trabajo:

- **Entrevistador:** Oye y, por ejemplo, ¿sentías que habían pedidos que tú sí tenías que hacer y que los otros no, porque tú estabas alquilando una cuenta? ¿Como que tenías que hacer más trabajo que el resto?
- **Vicente:** Sí. Tenías que trabajar mucho más que el que era dueño de la cuenta para poder tú tener un porcentaje que te resultara, porque si no, no había nada.

El resultado de esto es que, como se debe competir por las horas y la carga de trabajo a través de los sistemas de reputación, a medida que la masa de repartidores con cuenta alquilada va trabajando cada vez más, se van precarizando progresivamente las condiciones. Según he podido ver y entender a partir de las entrevistas, al estar en una situación de presión y necesidad inmediata, pasan prácticamente todo el día en la calle, los siete días de la semana, y si no están repartiendo, están intentando cazar horas para poder trabajar. No se enferman ni tienen vacaciones. Así la aplicación va contando con una masa de trabajadores siempre disponibles, que asumen las modificaciones en las condiciones, que no tienen posibilidad de reclamar y que aceptan prácticamente cualquier remuneración impuesta.

Es una situación que favorece a la empresa en sus pretensiones de acaparar mercado y que además le da el poder de manejar las condiciones a su gusto: cambiar las tarifas, las formas de evaluación, la asignación de horarios o meter más repartidores. Este es uno de los motivos que explica que exista y se sostenga el modelo de organización del trabajo radical que hemos revisado.

A pesar de que la estricta política de no revelar datos nos impide conocer el número exacto de repartidores disponibles y así intentar ver el impacto de las cuentas alquiladas en un periodo determinado, sí que tenemos ciertos indicadores que nos pueden ayudar a hacernos una idea. Por ejemplo, para el macro-juicio entre la TGSS y Deliveroo por la actuación de Inspección de Trabajo en Madrid entre 2016 y 2017 -antes del alquiler de cuentas-, hubo sólo 532 trabajadores afectados; mientras que en Glovo, según los datos de la propia Inspección de Trabajo en Madrid, para 2019 -después del alquiler de cuentas- los afectados por el mismo proceso alcanzaron las 3.200 personas. O sea que, en tan solo dos años, que coinciden con el comienzo de las cuentas alquiladas, Glovo multiplicó el número de repartidores de su competidor prácticamente por seis. Y según manifestó la empresa en un acto del Servicio Interconfederal de Mediación y Arbitraje (SIMA), en ese momento ya superaban los ocho mil repartidores en todo el territorio. En Uber Eats, por su parte, que aún no implementaba los mecanismos necesarios para desatar el alquiler de cuentas, los afectados por la actuación de Inspección de Trabajo en 2019 fueron solamente alrededor de 850 trabajadores. Dicho de otra manera, en aquel año, por cada repartidor de Uber Eats había cuatro de Glovo, aun cuando lo común es tener cuentas en todas las plataformas.

Todo esto simplemente nos deja claro que el negocio de las cuentas alquiladas ha incrementado exponencialmente el número de repartidores disponibles, ya que abre la posibilidad para trabajar a una población que no tiene más opción.

4. La arremetida de Uber Eats

Ante este escenario, todo indica que Uber Eats, que veía cómo iba quedando rezagado y la efervescencia del reparto se la llevaban sus competidores, asumió que debía dar un vuelco a su modelo y utilizar tácticas similares para ganar repartidores. Si hasta el 2019 la gran mayoría de los repartidores con cuenta alquilada estaba en Deliveroo o Glovo, a finales de aquel año el asunto cambió por completo. Esto me tocó presenciarlo en primera persona. Justo por aquel momento comencé a trabajar en UGT, y una de mis tareas semanales era salir a recorrer los principales puntos de encuentro en Madrid para hablar con los repartidores, estar al tanto de las diferentes situaciones y además intentar contactar a los afectados por los diversos procedimientos de oficio de la TGSS -que es como buscar una aguja en un pajar-. Lo que más me sorprendió durante aquellas jornadas fue que la inmensa mayoría eran personas que repartían únicamente para Uber Eats, pues lo normal es combinar plataformas, y que llevaban en el país no más de tres meses. Era extraño ver que las cosas hubiesen cambiado tanto en tan poco tiempo. Cuando era repartidor, el ambiente en los puntos de encuentro entre compañeros era totalmente distinto a lo que podía ver en ese momento. Daba la sensación de que había ocurrido un empobrecimiento sustancial, que incluso se podía notar en las caras de cansancio y la ropa que llevaban puesta. Nadie se mantiene inmune a 10 o 12 horas diarias en la calle. Lo mismo ocurría con las bicicletas: muchos ni siquiera tenían una propia, sino que usaban BiciMad; otras estaban en un estado paupérrimo; y había quienes, como Karol, incluso las tenían que compartir. Cuando era repartidor no me había tocado ver eso, o por lo menos no era la norma. Semana a semana costaba volver a encontrar las mismas caras y parecía que eran cada vez más. Pero lo fundamental era que muchos no estaban dispuestos a conversar. Cuando me acercaba para hablar, había quienes llevaban la mirada a otro lado y no decían nada, y entre aquellos con los que podía cruzar palabras, había varios que no entendían absolutamente nada de su situación legal.

Así conocí a Karol, que estaba sentada en un banco de Cuatro Caminos junto a su novio, esperando que le cayera algún pedido. Cuando empezamos a conversar y establecimos cierta confianza⁸⁹, me contó que ellos no terminaban de entender bien su situación, ya que sabían que no tenían permiso para trabajar, pero aun así en su aplicación salía su nombre y foto de perfil.

Lo que sucede es que, a diferencia de sus rivales, que solamente tuvieron que girar la cabeza frente a lo que estaba sucediendo, Uber Eats aumentó su contingente de repartidores gracias a que supo crear un sistema que refinó el tráfico de las cuentas alquiladas y lo hizo aún más complejo. Para poder comprender esto a la perfección, debemos dar un paso atrás y revisar cómo se articula el sistema empresarial de Uber. Así podremos hacer un pequeño recorrido para ver la conexión directa entre su estrategia de expansión empresarial y el fenómeno del trabajo irregular en plataformas.

4.1 El modelo de expansión Uber

El gigante Uber no sólo se dedica al transporte de pasajeros, sino que ofrece diferentes servicios a lo largo y ancho del mundo, para lo cual articula toda su estructura empresarial a partir de diferentes sociedades especializadas en las distintas actividades, que actúan como ramificaciones de la empresa principal. De aquí nace Uber Porties, la aplicación que gestiona a los conductores VTC y a los repartidores de Uber Eats en España, pero que está ubicada en Holanda.

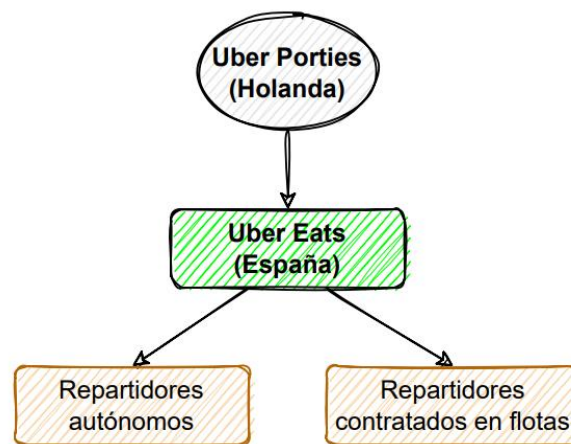
Al igual que la gran mayoría de plataformas digitales que ofrecen un servicio, Uber Porties sólo se presenta como una empresa de tecnología dedicada exclusivamente a coordinar oferta y demanda. Por ello es que, en el caso del transporte de pasajeros, en el papel no cuenta con coches ni conductores. Las personas que realizan el servicio lo hacen a través de una empresa intermediaria, una externalización, las flotas. En España, estas empresas son las propietarias de las licencias VTC necesarias para poder transportar pasajeros en la ciudad, por lo que establecen una relación laboral con los conductores y

⁸⁹ Una de las “ventajas” que he tenido para poder investigar todo esto ha sido mi acento. Dado que muchos repartidores con cuenta alquilada tienen un miedo explícito a encontrarse con policías vestidos de civil, hay quienes directamente no contestan cuando uno se acerca. Menos aún si escuchan un acento de España. Por eso aquellas vueltas por Madrid las hacía solo. Así las cosas, y al haber sido repartidor, cuando me escuchaban hablar y notaban mi acento latino, había varios que bajaban la guardia, por lo que pude entablar conversaciones y comprender qué estaba sucediendo. Así también conocí a Esteban, Vicente y tantos más.

además son dueñas de los vehículos. Uber Porties simplemente gestiona la aplicación e ingresa y reparte el dinero facturado según las condiciones previamente establecidas. Se trata de un modelo que le ha permitido expandirse por el mundo en tiempo récord, donde el objetivo es transformarse en una empresa formada de muchas pequeñas empresas.

El caso es que este mismo sistema de externalización se aplicó en Uber Eats, con el objetivo de crecer y complementar la labor de los repartidores autónomos. De este modo, comenzó a fijar acuerdos con empresas que contratan repartidores para que cubrieran su demanda, y durante el 2018 llegó un momento en que operaba bajo un modelo de servicios mixto: repartidores autónomos y flotas, así:

Esquema 7. Estructura de servicios de Uber Eats



Fuente: elaboración propia.

Una anécdota al respecto, que además deja claro a qué nivel llega el entramado de empresas externalizadas. Cuando la Inspección de Trabajo de Madrid realizó su actuación sobre Uber Eats por utilizar falsos autónomos, comprobó que el personal de Uber Porties en España no superaba los 30 trabajadores y todos correspondían a la alta dirección u ostentaban cargos de cierta responsabilidad. Las personas que atendían a los repartidores, en el centro que se encontraba en calle Martínez Villergas, no pertenecían a Uber, sino que eran personal de Adecco. Además, cuando el inspector preguntó cuál era el sistema de organización y cómo funcionaba la aplicación, el propio abogado de la empresa (que es el mismo de Deliveroo) respondió que lo desconocía, que la aplicación se encontraba en Holanda y que debían hacer un requerimiento allí.

Las primeras flotas, entonces, eran exclusivamente de motocicletas y convivían con el resto de los repartidores autónomos. Comenzó con empresas como JobAndTalent, una Empresa de Trabajo Temporal (ETT) digital muy utilizada por Uber y Cabify para la gestión de personal, y a partir de ahí fueron entrando otras, tales como Mission Box, QuéPidoHoy y SevenPack, que nacieron exclusivamente para prestar servicios a los gigantes del sector que operaban con externalizaciones, Uber Eats y Just Eat.

Ahora bien, como se trata de un acuerdo comercial donde la empresa que maneja la flota se compromete a cumplir con determinadas condiciones (disponibilidad de repartidores, porcentaje de pedidos aceptados o velocidad en el servicio)⁹⁰, en teoría la plataforma prioriza su actividad frente a la de los autónomos, lo que inevitable y comprensiblemente trajo conflictos entre los repartidores.

Sin embargo, el modelo no funcionaba del todo bien. Al parecer, el razonamiento fue que entre sus repartidores no existían las mismas necesidades y había menos competencia que en Deliveroo y Glovo. Pues, por un lado, muchos de los autónomos tenían sus cuentas alquiladas en las otras plataformas, lo que les daba cierta seguridad de ingresos; mientras que, por el otro, los repartidores en flota cobraban un sueldo estable, lo que los hacía correr menos. De modo que la verdadera lucha por trabajar estaba en sus rivales, quienes habían logrado generar una situación de necesidad contra la cual no podía competir.

Así fue que Uber Eats poco a poco comenzó a probar distintas variables, implementando nuevos modelos de flotas. De ese proceso, por ejemplo, surgió la flota “mixta”: con un contrato laboral, pero en el fondo se paga por pedido entregado, como a cualquier autónomo. Es decir, se hace un contrato por horas, las mínimas legales, pero se le exige al repartidor una cierta cantidad de pedidos semanales, que a la larga superan su coste salarial. El margen restante se paga como extra y en ningún momento se cuenta el número real de horas trabajadas, por lo que siempre cotizará a la Seguridad Social por las contratadas.

⁹⁰ Quizás cueste entender esto, pero la aplicación que utilizaban los repartidores contratados por flotas era exactamente la misma que la de los autónomos, y estaban regidos por los mismos principios de competencia en la organización del trabajo. Todo esto hacía que la operativa de las flotas estuviese marcada por la imposición de metas de productividad, que, si no se lograban, significaban el despido. Se trata de una cesión ilegal de trabajadores, puesto que Uber Eats, a pesar de externalizar la actividad, pasa por encima de la empresa subcontratada para mantener sus propios términos en la organización del trabajo y la capacidad de sancionar.

No obstante, todos estos experimentos, cada vez más irregulares, fracasaron. Gracias a aquellas experiencias, llegó un momento en que la empresa decidió radicalizar el modelo de las flotas al máximo.

4.2 Las flotas de autónomos de Uber Eats

En un movimiento promocionado como un estímulo al espíritu emprendedor de los repartidores, la plataforma llevó a un extremo la figura del autónomo, liberó el sistema y permitió que cualquier repartidor dado de alta en el RETA pudiera gestionar su propia flota y tener repartidores a su cargo.

El modelo, entonces, quedaba así: un repartidor dado de alta como autónomo abre una flota bajo su nombre, para ello debe registrar y crear cuentas en la aplicación al menos a cinco repartidores, nuevos o no, que estarán bajo su administración. Nada más. Sin capital ni contratos de por medio. Los repartidores de la naciente flota, por su parte, deben subir una serie de documentos en la aplicación de Uber Eats para crear una cuenta con su nombre, descripción, foto de perfil, etc. Uber Eats no se preocupa de la veracidad de los documentos y tampoco exige aquellos que son fundamentales para poder trabajar en el país, ya que los repartidores y su situación son responsabilidad del titular de la flota. A pesar de abrir cuentas en la aplicación, nutrirse de su trabajo, imponer directrices claras y evaluarlos a través del sistema de reputación, no habría relación entre Uber Eats y los repartidores de la flota, sino únicamente con el titular. Él es el único responsable de cumplir la ley y hacer valer todos los derechos que les deberían corresponder a los repartidores, incluidos los contratos. Todo lo que genera la flota se ingresa directamente en la cuenta del titular, aunque cada repartidor podrá ver en su aplicación -que es la misma que la de cualquier autónomo- cuánto dinero ha generado y cuántos pedidos ha entregado.

Gracias a esta nueva estructura, Uber Eats comenzó a abrir cuentas a mansalva, aumentando exponencialmente el número de repartidores a su disposición. Todo esto fue posible gracias a que desde un principio el sistema se usó como una tapadera para que entraran personas sin permiso de trabajo. Uber Eats abrió las puertas de par en par a quienes necesitaban generar ingresos a toda costa. Y el resultado fue que las calles se llenaron de repartidores luchando por sobrevivir.

A juzgar por los hechos, lo que sucedió no es otra cosa más que Uber Eats dio rienda suelta a un modelo para competir contra las cuentas alquiladas de Glovo y Deliveroo. Tal

como nos cuenta la propia Karol, que trabajó durante casi seis meses para una flota en la que no tenía contrato ni ninguna seguridad:

- **Karol:** No, con Uber yo no tuve ninguna relación como tal. Yo fui allá nada más como dos veces a entregar mi NIE, mi documento. Lo fui a llevar personalmente porque con esto que se tardó mucho en aprobármelo y tal, fui yo para que lo cargue el ejecutivo que me atiende, y listo, porque así se tarda menos.
- **Entrevistador:** Entonces, la empresa era consciente de que tú estabas en una flota sin papeles para trabajar.
- **Karol:** Sí, por supuesto.
- **Entrevistador:** Las empresas saben eso...
- **Karol:** Mira... ellos son los que me metieron a mí, no el autónomo.
- **Entrevistador:** ¿A las empresas les sirve tener tantos repartidores? (...) porque, cuando yo trabajaba en Deliveroo y estaba todo el día en la calle con los repartidores, ahí Uber era muy pequeño, o sea prácticamente nadie era Uber, (...) pero tiempo después era impactante, casi todos estaban con Uber...
- **Karol:** Por lo mismo, por lo de las flotas... Para tener una cuenta que sea con tu propia cara, porque eso también repercute en tu puntuación. Hay clientes que cuando ven que no eres tú el de la foto, te bajan puntos y se molestan. Entonces, todo eso, tú pagas las consecuencias de ello, y obviamente mientras más legal te veas, mejor para el repartidor. Por eso es que había tantos que se habían metido con Uber. (...) Y a parte que, por lo menos, es mucho más rentable tener un autónomo con cien integrantes en una flota y que se haga cargo de ella. Y así todo lo que ocurra con nosotros es como que no existimos.

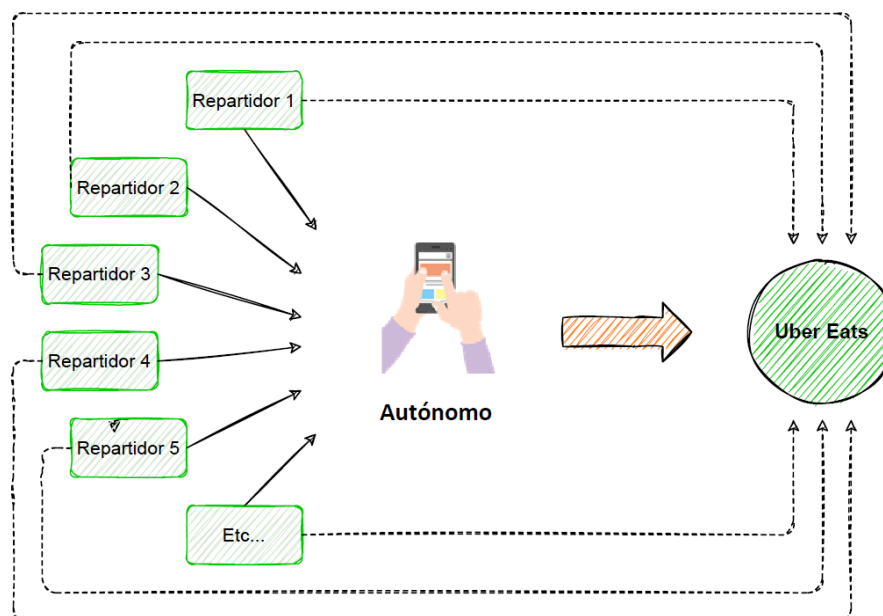
Como queda claro en este notable relato de Karol, Uber Eats logró ofrecer algo que Glovo y Deliveroo no podían controlar mediante las cuentas alquiladas, que es precisamente una imagen legal del repartidor, con su nombre y foto de perfil. Porque aquí ya no hay suplantación de identidad, sino que cada cual tiene su propia cuenta en la aplicación. La empresa creó un modelo donde cada repartidor en flota, al estar bajo la responsabilidad del titular, puede competir en igualdad de condiciones con cualquier otro autónomo, lo

cual ofrece mayores garantías a los repartidores sin permiso de trabajo, ya que quedan menos expuestos a sanciones de clientes y a todos los trascendentales problemas que una situación tan especialmente delicada puede acarrear. Este fue el mecanismo que incluso confundió a muchos repartidores recién llegados, que estaban seguros de estar trabajando de modo regular. Además, generó un efecto llamada a nuevos trabajadores sin permiso, lo cual explica que la policía investigara el asunto como trata de seres humanos. Pensemos, por ejemplo, que el propio Esteban viajó junto a su familia con la predisposición de ser repartidor y terminó trabajando con cuenta alquilada.

Por último, este mecanismo también explica el fracaso de las flotas legales, que tenían contrato y horario de trabajo, pues empezaron a competir con repartidores en necesidad extrema, a los que Uber Eats alentaba a sobrepasar largamente los límites establecidos gracias a su conexión libre, al tiempo que ambos estaban medidos bajo el mismo sistema de reputación. Así, uno trabajaba más o menos lo que dicta la jornada laboral, mientras que el otro pasaba 12 horas en la calle, los siete días de la semana. La precarización de las condiciones aumentó considerablemente la competencia, y viceversa.

En consecuencia, el nuevo tipo de flotas de Uber Eats quedó así:

Esquema 8. Flota de autónomos



Fuente: elaboración propia.

Al igual que en una cuenta alquilada, el precio de mercado que el repartidor paga al titular de la flota por poder trabajar es el 30% de lo generado. La forma de pago estandarizada también es quincenalmente y en efectivo. Tampoco nada asegura al repartidor que el pago llegará, pues depende totalmente de la palabra empeñada por el titular. La empresa, por su parte, no interviene en estos asuntos.

Para dimensionar hasta qué punto llegó el trabajo irregular en plataformas, pensemos que Karol, durante los seis meses que trabajó, prácticamente no conoció a repartidores dados de alta en el RETA, o siquiera que estuviesen contratados regularmente en una flota:

- **Entrevistador:** Oye, y entre todos los repartidores, los amigos que tenían ahí, los otros puntos, ¿más o menos qué proporción tenían cuentas alquiladas?
- **Karol:** Por lo menos de los que conocía yo, todos. Porque yo no tenía amigos autónomos. Autónomos conocí yo muy, muy pocos. Porque éramos todos casi recién llegados, la mayoría éramos venezolanos. Había también algún peruano, había uno de Honduras, pero todos llegamos pareciera que casi en el mismo avión, al mismo tiempo. Y no podíamos ser autónomos ninguno.

Esta situación transformó por completo el ambiente entre los repartidores. Durante mis vueltas por Madrid, me pareció evidente que se había formado una suerte de grupo de poder entre los autónomos titulares de flotas y dueños de cuentas. En más de una ocasión, recorriendo ciertos puntos clave, como Cuatro Caminos o Tribunal, veía a los mismos tipos reunidos en una cierta disposición de vigilancia hacia los demás, y jamás los vi salir a repartir. No sé si habrá sido sólo impresión mía, pero varias veces noté que los repartidores a los que me acercaba a conversar primero los miraban a ellos y muchos después me ignoraban por completo. Tal es así que, como comenté más arriba, a un compañero de Riders X Derechos, que fue el primero en empezar a denunciar esta situación, allá por finales del 2017, durante el 2018 un grupo de repartidores lo golpeó con un palo mientras pasaba por una de las zonas críticas. Cuando desde UGT comenzamos a investigar en profundidad el asunto, cada vez que salíamos a la calle intentábamos llevar tarjetas o algún tipo de credencial que anunciara que pertenecíamos al sindicato. Es más, fue tras denunciar las cuentas alquiladas que comenzaron las

persecuciones sistemáticas a los repartidores afiliados y a los miembros de Riders X Derechos.

Sea como sea, el caso es que, en pleno 2020, el trabajo informal ya se había transformado en algo cotidiano y las condiciones eran cada vez más crudas.

5. La lucha contra las cuentas alquiladas

No nos corresponde a nosotros valorar si el fenómeno de las cuentas alquiladas ha sido una táctica deliberada por parte de las plataformas para aumentar la competencia y ganar presencia en el mercado, sino que debemos analizar los hechos. Se trata de un sector informal creciente, que continúa operativo y del cual prácticamente nadie se ha hecho cargo. Incluso se trata de una situación que ha traído muertes, pero que extrañamente no ha sido gran motivo de debate. Al punto que durante el proceso de negociación de la “Ley rider” ni siquiera se discutió. Nadie se quería hacer cargo de un problema que todos saben que existe. Evidentemente, esto tiene varios motivos.

Por una parte, está el hecho de que Inspección de Trabajo, en sus diversas actuaciones, jamás ha podido llegar hasta los repartidores con cuentas alquiladas. Las inspecciones están centradas en un minucioso análisis de las condiciones de trabajo impuestas por la plataforma, pero no de la situación de los repartidores. Se investiga a la empresa, no al trabajador. Por ello, en este sentido simplemente obligan a entregar una serie de documentos, entre los cuales está el listado de las personas que están dadas de alta en la aplicación, y allí no aparecen estos repartidores.

Gracias a las inspecciones han surgido los juicios entre la administración y las plataformas por personas en situaciones que no les permitían trabajar. Pero no son cuentas alquiladas. Son repartidores que por desconocimiento -y porque las plataformas no se preocupan de informar-, se dieron de alta como autónomos cuando no podían hacerlo. Claramente han sido juicios de alta gravedad, aunque es la punta del iceberg. En Madrid, el juicio por esta razón contra Deliveroo involucró a cerca de 70 repartidores, el de Glovo a 69, y el de Uber Eats a 86. Es decir, una muy pequeña proporción del total de trabajadores.

Por otra parte, durante todos estos años nunca ha habido un solo intento real por parte de las plataformas para protegerlos, sino que todo se ha reducido a determinadas declaraciones donde manifiestan que intentan perseguirlas y cerrarlas, que además se condicen con los principales escándalos. Por ejemplo, algunos meses después del primer

accidente mortal de un repartidor con cuenta alquilada, un portavoz de Glovo declaró ante la prensa que habían logrado cerrar 17 de ellas (Periódico Crónica Global, 2019). Para dimensionar este operativo, debemos recordar que por aquel momento el total de repartidores disponibles para la empresa rondaba los 8mil, y si hacemos caso a los cálculos que los propios repartidores han manifestado, las cuentas alquiladas deberían haber estado como mínimo por sobre las 3mil. Desde esa perspectiva, 17 cuentas no parecen un esfuerzo digno de una tecnológica calificada de Unicornio.

Cuando hablé con Victoria -la trabajadora del departamento de Fidelización de Deliveroo- y le pregunté sobre este tema, su respuesta fue rotunda:

- **Entrevistador:** (...) Las cuentas alquiladas, ¿qué se hablaba adentro de la empresa de las cuentas?
- **Victoria:** Pues se cabreaban mucho. O sea, de hecho, yo he visto a compañeros salir de la oficina corriendo para encontrar a alguien que tenía una cuenta alquilada. Por ejemplo, que los de las torres hacían un pedido, se lo colocaban a equis rider, porque eso sí que podían hacerlo, y sabían que el rider llegaba a equis hora; o por casualidad el algoritmo se lo había puesto al rider y tenían la sospecha de que el rider tenía la cuenta alquilada. Con lo cual iba un compañero a mirar, y si era así, pues lo pillaban y le cerraban la cuenta. De hecho, compañeros míos de departamento, como Darío, han ido a hacer redadas de cuentas alquiladas: sabían en qué puertas del metro, o en qué restaurantes, o en qué calles estaban los riders esperando a que les llegasen los pedidos, e iban ahí y pedían identificación para ver si las cuentas eran de las personas que estaban ahí o no. Y muchas veces volvían diciendo: “Pues hemos encontrado cuatro cuentas alquiladas, o hemos encontrado no sé qué”.

A todas luces, un trabajador persiguiendo a pie a un repartidor, o una redada llevada a cabo por un determinado departamento de operaciones, no es una política de empresa, menos de una tecnológica. Sobre todo si consideramos que no tienen potestad de pedir la identificación a trabajadores autónomos.

La prueba de todo esto llegó en 2020, cuando en verdad las plataformas se sintieron amenazadas. A mediados de aquel año, Uber Eats fue intervenida en Italia por esta

situación. Un Tribunal de Milán puso bajo administración judicial a la empresa por utilizar a personas que ejercían trabajo irregular para brindar servicios a cambio de un pequeño porcentaje de lo generado, un fenómeno conocido como *caporalato* (Portal euronews., 2020). Poco tiempo después, y de un día para otro, las plataformas comenzaron a cerrar cuentas alquiladas en España con una efectividad asombrosa. La irremediable consecuencia fue que toda esa gente quedó en la calle. Si hasta entonces todo habían sido manifestaciones de buena voluntad o intentos personales que rayan en la parodia (un trabajador de una multinacional tecnológica persiguiendo a pie a un repartidor), a partir de allí implementaron una tecnología netamente militar, el reconocimiento facial (Zuboff, 2020). Desde aquel momento, para comenzar a trabajar, los repartidores primero deben escanear su cara en la aplicación para desbloquearla.

Todo esto también ha traído una serie de problemas por su mala implementación, lo que a veces termina en que desconoce a los verdaderos titulares de las cuentas y les impide trabajar. Sin embargo, el punto es que no es necesario un dispositivo tan avanzado como el reconocimiento facial. Antes de eso las compañías ya contaban con los datos de las descargas de la aplicación para repartidores. Sabían perfectamente que el número de descargas superaba largamente el de repartidores registrados en un periodo determinado. Además, también hay un indicador netamente biológico que podría haber alertado mucho antes del tema, pues no hay cuerpo que aguante tantas horas repartiendo ininterrumpidamente. Es claro que esas cuentas incansables estaban siendo trabajadas por dos o más personas.

Lamentablemente, el tema intentó cerrarse de la peor manera: desconociendo el trabajo que habían hecho los repartidores y los beneficios que habían recibido las empresas. A pesar de todo ello, una vez que el susto de la intervención pasó y el foco se dirigió hacia la “Ley rider”, las cuentas alquiladas poco a poco fueron regresando.

6. Un pequeño relato sobre los repartidores fallecidos

En mayo del 2019, un día nos despertamos con la noticia de que en Barcelona había fallecido un repartidor en un accidente mientras estaba trabajando. Pujan Koirala, un joven nepalí de 22 años. Sin contrato, en situación administrativa irregular y con una cuenta alquilada de Glovo. Pujan murió atropellado por un camión de la basura mientras trabajaba de madrugada. Probablemente estaba repartiendo alcohol y tabaco por 3€, pero la empresa se negó obstinadamente a reconocer que se trató de un accidente laboral.

Tras esclarecerse las circunstancias de su muerte, comenzaron las protestas de la comunidad nepalí y algunos repartidores frente a las mismas puertas de las oficinas de Glovo en Barcelona. Al grito de “Glovo mata”, se quemaron mochilas, cortaron el tráfico y atacaron las instalaciones. Las protestas duraron alrededor de tres días. Riders X Derechos denunció que los primeros movimientos de la empresa fueron buscando hablar con los repartidores para impedir que difundieran las imágenes del cadáver y no dañar su reputación, mientras que UGT intentó llevar el asunto hasta la fiscalía por delito contra el derecho de los trabajadores.

Hasta donde se sabe, Glovo quiso zanjar el asunto de dos maneras: negociando con la familia de Pujan, a la cual ofreció 20mil euros como compensación, más los gastos de sepelio -es decir, lo que cubre su seguro-, y se comprometió a llevar a cabo un proceso para cerrar las cuentas alquiladas (de aquí viene la noticia de las 17 cuentas).

Un poco más de dos años más tarde, en febrero del 2021, también de madrugada, nos enteramos de que había fallecido otro repartidor, nuevamente atropellado por un camión de la basura, pero esta vez trabajando para Deliveroo. Néstor Pérez, nacional de Venezuela y abogado de profesión, llevaba como repartidor por lo menos cuatro años. Habíamos sido compañeros.

Según lo que sabemos, Néstor murió en el viaje de vuelta a su casa tras haber acabado el turno y cerrar sesión en la aplicación. A diferencia de lo que ocurrió con Pujan, que nos tomó por sorpresa, en este caso, tanto desde UGT como en Riders X Derechos, comenzamos a investigar de inmediato.

Ocurre que Néstor era cuñado de un repartidor a fin al movimiento, así que a los pocos días pudimos contactarnos con su hermano. Lo que nos contó era absolutamente extraño. Inmediatamente después del accidente, se pusieron en contacto con él personas de la oficina de Deliveroo para prestarle asesoría y darle el pésame. También aprovecharon de preguntarle en qué situación trabajaba Néstor, si era autónomo o tenía cuenta alquilada. Por último, le dijeron que, como en aquel momento estaba en plena negociación la “Ley rider”, se acercaría gente a intentar sacar provecho político del asunto y que debía tener cuidado.

Cuando por fin pudimos quedar con el hermano y la viuda, dábamos por hecho que Néstor, al haber sido repartidor desde el 2017, era autónomo. Pero no. Pocos meses antes se había dado de baja porque no podía seguir pagando la cuota, así que estuvo trabajando

con cuenta alquilada durante un tiempo, pero justo una semana antes del accidente había sido contratado por una pequeña flota. Sin embargo, hasta donde todos sabemos, en Deliveroo no hay flotas. Se trataba de una empresa con un solo empleado, el mismo Néstor, cuyo titular era otro repartidor, que también trabajaba desde el 2017. El tema es que el dueño de la empresa, al igual que Néstor y 531 repartidores más, había sido declarado falso autónomo por el TSJ de Madrid, de modo que no debería trabajar como autónomo para Deliveroo ni menos contratar gente.

Después de escuchar todo esto, les dijimos que el sindicato intentaría llevar el tema hacia lo penal, que era indispensable que se investigara lo que había ocurrido, pero que queríamos contar con su aprobación y testimonio. Tras aquella reunión, fue imposible volver a contactar con ellos.

Poco tiempo después, nos enteramos de que dos personas de la empresa habían llegado hasta el tanatorio el día de la cremación para hablar con la familia. Les dijeron que estaba todo en regla, que no había nada que investigar y les ofrecieron el seguro por accidente mortal.

Las preguntas son evidentes: si estaba contratado, ¿no fue entonces un accidente laboral? Y si es así, ¿por qué se apareció Deliveroo a ofrecer el seguro de autónomos y no el dueño de la empresa?

Del tercer repartidor que falleció en España no hemos podido enterarnos ni del nombre. Sólo sabemos que era de origen venezolano, que tenía 51 años y que murió trabajando para Glovo. Como estaba en pleno trámite la “Ley rider”, llegó a tal nivel el secretismo de la empresa que fue imposible acceder a cualquier información. Ni siquiera en los informes de la prensa aparece su nombre. En los grupos de chat, en cambio, inmediatamente circularon algunas fotografías de su cadáver en plena autovía, pero después nadie más dijo nada...

PARTE II

En esta segunda parte del análisis, nos dedicaremos a revisar el recorrido político de las plataformas en su afán por legitimar su modelo ante la regulación laboral, donde el objetivo será repasar en profundidad los diversos aspectos que han dado forma al conflicto judicial y legislativo que protagonizaron.

Se trata de una disputa que comenzó en 2017, que se alargó durante cuatro años y que en su recorrido fue aumentando cada vez más sus dimensiones. En todo ese camino, las plataformas intentaron ganar apoyo mediático y respaldo ciudadano presentando el problema desde el mismo recurso discursivo que hemos revisado a lo largo de este trabajo: la lucha entre la evolución natural del mundo laboral, posibilitado por la innovación y las nuevas tecnologías, frente a las resistencias de un modelo rígido y próximo a caducar que se resguarda en leyes anticuadas.

El ejercicio de ir ordenando los distintos hechos que han marcado esta historia, ponerlos en contexto y analizar sus interconexiones, nos permitirá ver que aquello que pudiese parecer un caso aislado o una seguidilla de sucesos sin conexión entre sí, en realidad son susceptibles de ser comprendidos desde un hilo conductor claro y definido. Por ello, esta parte del análisis estará guiada por el intento de comprobar una de las hipótesis fundamentales que hemos ido construyendo a lo largo de toda nuestra investigación: las plataformas de reparto han llevado adelante una lucha abierta contra la regulación del trabajo en busca de flexibilizar sus márgenes y validar su modelo; en ese camino, han actuado con temeridad, cruzando constantemente los límites legales para desplegar distintas estrategias destinadas a entorpecer y enrevesar los procesos institucionales, intentando sacar a relucir sus fallas y contradicciones, y generando, de paso, situaciones realmente complicadas para los repartidores. De esta forma, todo el recorrido judicial y legislativo no ha sido un problema inesperado o el producto de una legislación recelosa frente a los cambios, sino un plan de acción, donde el objetivo no ha sido otro que poner en el centro de la discusión la figura del autónomo y sus restricciones.

Se trata de una estrategia deliberada, que ya han puesto en marcha en distintos lados: comienzan a operar, logran penetrar en el mercado, ganan terreno y, una vez que surgen

los problemas -en los trabajadores, la competencia y los tribunales-, simplemente ya son parte de la realidad. No es casualidad. En este sentido, las compañías han ido adoptando un enfoque inspirado en la práctica del agresivo Peter Thiel, el multimillonario cofundador de PayPal, actual capitalista de riesgo y uno de los pioneros del sector. Y es que Peter, viendo que PayPal no lograba encajar en las regulaciones financieras de los países, “abrió el camino con un planteamiento agresivo del problema: recaudar un montón de dinero, expandirse rápidamente y presentar a los legisladores un hecho consumado. Aquí está el futuro, ya os la apañaréis” (Slee, 2015: 215). Parece algo poco sofisticado, pero es exactamente la misma estrategia que han seguido Uber, Airbnb, Glovo o Deliveroo, que han ganado terreno transgrediendo muchas veces las leyes de cada país.

Esta segunda parte, entonces, estará centrada en un recorrido que nos permitirá traer al plano práctico la figura de los emprendedores *hackers* y sus intentos por abrir mentes y liberalizar el mundo laboral, adentrándonos en un terreno que puede dar pistas sobre la forma que tendrán las batallas empresariales en el próximo tiempo y los desafíos que suponen para la organización de los trabajadores. Pues, como veremos, el medio elegido para llevar adelante tamaña empresa no ha sido únicamente la obstaculización de los procesos institucionales ni la discusión técnica sobre los beneficios del modelo, sino que las plataformas han ido incentivando la creación de un movimiento de trabajadores que clame y presione por las oportunidades que ellas mismas ofrecen, aun cuando su modo de organización va deliberadamente en contra del marco normativo que los debería proteger. Aquí es donde veremos que la economía de plataformas, en tanto movimiento reivindicativo que pretende aunar voluntades para luchar contra regulaciones injustas, pasa a la acción a partir de prácticas concretas, que intentan plantear una encrucijada a gobiernos e instituciones con el fin de validar lo que sería una nueva y legítima forma de trabajar.

Para poder llevar todo esto adelante, dividiremos esta parte del análisis en tres secciones. Primero, haremos un breve repaso al estado de la batalla judicial en el ámbito internacional, donde tomaremos a modo de ejemplo los icónicos casos del Reino Unido, Francia, Italia y California, intentando comprender a grandes rasgos de qué modo han afrontado el problema, las estrategias puestas en marcha y las soluciones encontradas -si es que las hay-. Después, revisaremos a fondo la batalla judicial en España, donde el

objetivo será entender por qué los repartidores son considerados falsos autónomos por la justicia y mediante qué acciones y argumentos las plataformas han logrado eludir las sentencias. Por último, haremos un recorrido paralelo en el tiempo para analizar a fondo el proceso legislativo, donde veremos la forma de actuar de las plataformas, qué posición adoptaron, las diversas estrategias que desplegaron, el papel de los repartidores durante el conflicto, el surgimiento de las asociaciones pro-autónomos con sus demandas, los demás actores que fueron entrando a escena y cómo todo este complicado panorama derivó en la “Ley rider”.

Dicho esto, vale tener en cuenta que haremos el recorrido cronológico entre 2017-2021 dos veces, pero desde distintos puntos de vista: primero desde la perspectiva de la batalla judicial y luego centrándonos en lo ocurrido en el frente legislativo y social.

El escenario internacional

Más allá de que las legislaciones y fiscalizaciones de cada país han generado algunas variaciones en los sobresaltos que ha producido el modelo implementado por las principales plataformas de trabajo, en la gran mayoría se han ido desatando conflictos más o menos similares, y en todos la estrategia de las empresas ha sido básicamente la misma: crecer a ritmo vertiginoso para plantear un problema a la administración de turno y encontrar un cobijo legislativo, ya sea creando una ley a su medida o bien flexibilizando el marco ya existente. En este sentido, la principal bandera de lucha del sector es lo que se ha dado a conocer como la “tercera vía”, la misma propuesta que en España se nombró el Autónomo digital, que está a medio camino entre el autónomo y el asalariado. Se trataría de un tipo de trabajador por cuenta propia que gozaría de ciertas coberturas y protecciones básicas: tarifa fija por horas, seguro de accidentes, vacaciones, bajas por enfermedad, plus de nocturnidad y derecho a formación. El objetivo sería brindar a los ciudadanos la posibilidad de generar nuevas formas de ingresos a través de trabajos flexibles, por lo que en esencia se trata de institucionalizar la figura del colaborador, que, por otra parte, carecería de los derechos de negociación, salario fijo, coberturas garantizadas y descanso de los asalariados, además del deber de pagar sus propias cotizaciones.

Como cabe esperar, en este ambicioso recorrido las plataformas han ido encontrando distintos tipos de problemas y resistencias según cada territorio. Hay países, como

Francia, donde a pesar de haber abierto un conflicto judicial, su auge ha intentado ser capitalizado como una apuesta al futuro por el gobierno. Mientras que, en otros, como Chile, no han encontrado mayores resistencias e incluso han operado durante largos periodos al margen de la ley, al tiempo que los repartidores trabajan totalmente desprotegidos y se transforman en una suerte de comerciantes ambulantes. Debemos tener en cuenta que en países con altas tasas de trabajo informal, las plataformas se han transformado en una solución para los gobiernos, sobre todo tras la crisis generada por el coronavirus, ya que han significado un salvavidas para un sector considerable de la población. Por el contrario, en aquellos donde las trabas han sido más duras y las instituciones correspondientes se han opuesto a la proliferación desregulada de su modelo, se ha dado paso a una ardua batalla política, judicial y mediática. Hasta el momento, la experiencia española es el segundo intento en el mundo por obligar a las empresas a contratar a los repartidores e incluirlos en su marco ya existente, aunque es el único donde la iniciativa sigue vigente. No obstante, algunos años antes de que tomara fuerza la idea de encuadrarlas en la regulación actual, la propuesta del Autónomo digital ya había quedado inmortalizada en un proyecto no de ley presentado por el Partido Popular, aunque claramente no tuvo gran aceptación.

Así las cosas, independiente del lugar, las compañías han puesto en marcha todo tipo de medios para imponer su modelo operativo y conducir a la población hacia el futuro del trabajo flexible y autónomo. Por tanto, aunque el objetivo no es hacer una revisión exhaustiva de las diversas situaciones, repasaremos algunos ejemplos de los principales conflictos que se han librado en otros países, donde la idea será resaltar ciertos aspectos generales que nos servirán para comprender lo que ha sucedido en España.

1. Reino Unido, Francia e Italia: los ejemplos de la discusión en Europa

Como es de esperar, si ponemos el foco a nivel internacional, el conflicto judicial y la lucha política propiamente tal no está protagonizada por las plataformas de reparto, sino por el gigante Uber y los problemas generados en el gremio de taxistas y colaboradores. Tiene su primer punto de inflexión en San Francisco, durante el año 2015, cuando se dictaminó que la hoy célebre conductora, Ann Berwick, debía ser empleada de la empresa. A partir de ahí la discusión ha traspasado las fronteras para extenderse por distintos continentes y países, logrando trascender las idiosincrasias, figuras legislativas y flexibilidades contractuales, para plantear el mismo problema de fondo en todos lados:

las condiciones de trabajo son propias de una relación asalariada y, por tanto, a los trabajadores les correspondería acceder a aquellos derechos. Las diferencias están en las soluciones aplicadas.

En Europa, podríamos decir que el asunto comienza en el Reino Unido, en 2016, cuando dos conductores de Uber, que habían decidido llevar sus condiciones laborales hasta los tribunales, fueron considerados por la justicia como trabajadores de la empresa. A día de hoy, la sucesión de sentencias que ha ido recibiendo el caso lo transformaron en un punto de referencia de la batalla judicial a nivel internacional. A pesar de que el Reino Unido se ha ganado la fama de mantener un modelo notablemente liberalizado, donde la figura del autónomo es bastante más flexible que la española y las cotizaciones a la Seguridad Social se fijan en referencia a los ingresos, el modelo de flotas de Uber, donde se externaliza la actividad a pequeñas empresas especializadas que establecen una relación laboral con los conductores para cubrir la demanda, ya en reiteradas ocasiones ha sido declarada ilegal, puesto que es la propia plataforma la que organiza e impone los términos de la actividad, de modo que la relación directa es con Uber, no con la subcontratación. Tras cinco años en que el conflicto fuera aumentando sus dimensiones, en febrero del 2021 el Tribunal Supremo ratificó por unanimidad las sentencias anteriores y declaró que los dos trabajadores denunciantes en 2016 debían ser contratados. El argumento de fondo de la sentencia es prácticamente el mismo que el que se expuso en el primer fallo, pero marcó un precedente en la forma de comprender el fenómeno: y es que, en realidad, no serían plataformas que se dedican exclusivamente a coordinar oferta y demanda, poniendo en contacto a usuario y profesional, sino que *son empresas que ofrecen un servicio*, puesto que determinan las tarifas, la carga de trabajo, las exigencias, las sanciones y reciben beneficios, de modo que deben hacerse cargo de su actividad, como cualquier empresa común y corriente (Periódico El País, 2021b).

Uno de los aspectos que nosotros debemos destacar de todo esto es que, en el momento en que se hizo la denuncia, en el 2016, se calcula que Uber trabajaba con alrededor de 30mil conductores, y cinco años más tarde, cuando por fin llegó la sentencia, aquella cifra se había duplicado. Además, el director regional de la compañía para el Norte y Este de Europa dijo claramente que la sentencia se refería a la situación particular de dos conductores en 2016 y que desde entonces la plataforma se había preocupado de

introducir transformaciones para mejorar la situación de los conductores. En ese contexto, las respuestas han dejado en evidencia una interpretación deliberadamente torcida de la sentencia, introduciendo coberturas que intentan establecer una diferencia entre la categoría de “trabajador” y “empleado”, llevando a la práctica informal el modelo del Autónomo digital (más protecciones, pero sin dejar de ser autónomos). En otras palabras, los reconocen como “trabajadores”, mas no como “empleados”, y la compañía ha señalado que, en el caso de verse obligada a aceptar esta última condición, sería sólo en aquellos momentos concretos en que el conductor esté realizando un servicio (British Broadcasting Corporation, 2021).

De esta manera, si intentamos hacer un paralelismo, podríamos decir que el país se encuentra en una situación parecida a la que atravesó España durante el 2020, antes de que comenzara el proceso legislativo; aunque hay que considerar que tiene otros factores que son determinantes y que están acortando los tiempos: la salida a la bolsa de Deliveroo, que se transformó en uno de los mayores fracasos de la historia, y las movilizaciones masivas de repartidores y conductores. A fin de cuentas, y ante la negativa de las empresas a cumplir la sentencia, el país se enfrenta a la encrucijada de decidir cómo y mediante qué herramientas obligarlas a cumplir la ley, o bien a flexibilizar sus márgenes.

Sin dejar el Reino Unido, si ponemos el foco en las plataformas de reparto, nos encontramos con otro tipo de tácticas para luchar contra la regulación, centradas sobre todo en intentar llevar la opinión pública a su favor. En este sentido, Deliveroo -que, recordemos, tiene su sede principal en Londres-, llegó a declarar como cierto que sus repartidores ganaban en promedio 10 libras por hora. El sindicato IWGB, que ha estado a la cabeza en la batalla por regularizar toda esta situación, en medio de las crecientes manifestaciones por la evasión a las diversas sentencias, comenzó un trabajo minucioso para dismantelar aquella imagen que la plataforma intentó presentar al público. Para ello, contrató a un joven repartidor que tenía estudios en programación informática y juntos desarrollaron una herramienta para calcular las ganancias reales y compararlas con los datos difundidos. De la mano con la campaña internacional antes de la salida de la compañía a la bolsa -que ya revisamos más arriba-, pidieron a todas las organizaciones participantes que intentaran reunir la mayor cantidad posible de facturas en cada país. Al contrario de lo que explicaba Deliveroo, el análisis de la IWGB reveló que el 56% gana

menos de lo afirmado, donde uno de cada tres no alcanza el salario mínimo e incluso hay casos donde los ingresos llegan a 2 libras por hora (IWGB, 2021). Una de las principales conclusiones fue que la empresa sólo consideraba el tiempo en que los repartidores estaban con un pedido en la mochila, además de poner especial énfasis en la actividad durante las horas de alta demanda.

El caso británico es ilustrativo para reflexionar sobre lo que ha sucedido en España, particularmente en cuanto a Uber se refiere. A pesar de que aquí hemos estado en la vanguardia de la lucha judicial y legislativa sobre los repartidores, el caso de los chóferes de plataformas, a diferencia del resto del mundo, hace tiempo que ha logrado pasar casi completamente desapercibido. Quizás poca gente sabe esto, pero tras los marcados conflictos que se desataron cuando Uber comenzó a operar, se llegó a un “acuerdo” con los sindicatos que legitimó el funcionamiento de la plataforma, todo con el compromiso de que más adelante se sentarían a negociar un convenio que regulara las condiciones de trabajo, el cual todavía no llega. Aun así, está a la vista que la parte más ruidosa del conflicto desapareció, aunque no el problema. Los chóferes de Uber y Cabify trabajan bajo términos realmente abusivos, donde las plataformas operan casi como empresas fantasmas, a pesar de que son las que organizan, sancionan y recogen los frutos del trabajo⁹¹. Aunque la ley española sí permite externalizar una parte de la actividad principal según determinadas circunstancias, acá hablamos de que la actividad en su totalidad ha sido traspasada a la gestión un tercero, que es el que posee la licencia VTC. En otras palabras, es un modelo que constituye un factor de competencia desleal determinante para el resto. Es por ello que un sector importante del gremio de los taxistas continúa movilizándose al día de hoy. Sea como sea, he ahí la razón por la cual, a diferencia de casi todo el mundo, el principal conflicto judicial en España no ha sido el de los conductores, sino el de los repartidores.

⁹¹ No es considerada una cesión ilegal de trabajadores de facto por el hecho de que son las flotas las que cuentan con las licencias VTC. Sin embargo, dependiendo de quién lo analice, podría ser considerado como tal. Es un asunto que está en plena discusión. Al respecto, recomiendo leer la siguiente columna de Adrián Todolí, disponible en:

<<https://adriantodoli.com/2021/03/25/argumentos-de-la-sancion-a-cabify-por-cesion-ilegal-de-la-inspeccion-de-trabajo-aplicables-a-muchas-de-las-plataformas-digitales/>>

El caso de Francia, por su parte, a diferencia del Reino Unido y España, da cuenta de que la estrategia de forzar las estructuras para impulsar un proceso legislativo a la medida puede ser efectiva, siempre y cuando se cuenten con los apoyos políticos necesarios.

Tras una ardua batalla donde, según cuenta el profesor Eduardo Rojo (2019a), las empresas aprovecharon los vientos favorables para dar rienda suelta a una fuerte campaña de presión, finalmente en 2019 el gobierno de Emmanuel Macron logró sacar adelante la llamada Ley de movilidad, que consagra una tercera vía para los trabajadores de plataformas. Lo fundamental es que debería servir para dejar atrás el largo recorrido judicial que enfrentaron y garantizar una nueva figura que otorgue ciertos derechos y protecciones a los trabajadores, sin por ello entrar en el terreno de una relación laboral. Se trata de un triunfo en toda regla, puesto que incluso pasa por encima de una sentencia del Tribunal Supremo de 2018, que declaraba la laboralidad de un repartidor. Es un logro que todo el movimiento de la economía de plataformas ha buscado conquistar en los distintos rincones donde operan.

No obstante, la justicia francesa, quizás entendiblemente molesta por haber sido ignorada, no opinó lo mismo. Tan solo un año más tarde, el 4 de marzo del 2020, y ya con la Ley de movilidad en marcha, nuevamente el Tribunal Supremo se pronunció, esta vez a través de una sentencia sobre un conductor de Uber que había trabajado en años anteriores, tomándose la molestia de publicarla en francés, inglés y español, en la que dictaminó la existencia de relación laboral. La empresa, por su parte, declaró que en los últimos años habían introducido una serie de mejoras para que los conductores tengan más control sobre su trabajo, además de nuevas protecciones sociales amparadas en la reciente ley (France24, 2020).

De todos modos, y aunque la nueva normativa continúa operativa, los juicios sobre las plataformas, por las condiciones de trabajo en los años precedentes, se han seguido sucediendo, y es evidente que la justicia francesa ha intentado caer con todo el peso posible. Tal es así que, en abril del 2022, y tras un procedimiento penal, un tribunal de París condenó a dos directivos de Deliveroo a un año de prisión por fraude laboral, a causa de ocultar deliberadamente las condiciones de trabajo de los repartidores, mientras que para otro exdirectivo cómplice la condena fue de cuatro meses. Todos ellos tienen prohibido dirigir empresas durante los próximos cinco años. Además, en un castigo que apunta inequívocamente a intentar quebrar la imagen *cool* con que se promociona la

plataforma, añadía que la resolución debía ser exhibida en locales y página web durante un mes (Periódico La Vanguardia, 2022).

Un pequeño apunte, pues no deja de ser llamativo que la justicia condene con cárcel a los directivos de una de las empresas protagonista de una ley promovida por el propio gobierno.

Como se ve, el caso de Francia se sitúa en la contraparte de la experiencia española, no sólo porque la regulación liderada por el liberal y copríncipe de Andorra presidente Macron tuvo como objetivo asegurar la autonomía de los trabajadores de plataformas, sino también porque afecta a varios sectores (conductores, repartidores, cargadores de monopatines y motocicletas, etc.), mientras que la “Ley rider” de España, que asegura la laboralidad, está centrada única y exclusivamente en los repartidores.

A pesar de ello, Francia no es el único país que ha seguido este camino. Recientemente, Bélgica también se embarcó en un proceso de flexibilización de su marco normativo para incorporar y regular el trabajo en plataformas.

El caso de Italia, en cambio, nos ilustra otra problemática, donde la justicia ha sido particularmente minuciosa en sus análisis y sanciones frente al modelo, aunque por el momento no hay indicios de una nueva regulación.

Nuevamente, tras una larga batalla política y judicial, donde incluso Uber Eats llegó a ser intervenida por *caporalato*, las plataformas de reparto lograron firmar un acuerdo sectorial con el cuestionado sindicato UGL. No es casualidad que se trate de una institución abiertamente neofascista. Tras el desarrollo de los acontecimientos a nivel mundial, y tal como iremos viendo más adelante, el proyecto de las plataformas ha encontrado acogida política principalmente entre los sectores de derechas, y más bien en la ultraderecha. En España, sin ir más lejos, ha sido el Partido Popular, Ciudadanos y fundamentalmente VOX, quienes han representado más fielmente sus intereses. Probablemente por eso el acuerdo italiano no tuvo gran proyección, aunque sí mucha repercusión. De todos modos, lo importante a destacar es que se trató de un intento por sentar las mismas bases operativas, en cuanto a responsabilidades y derechos, que la figura de la tercera vía. Sin embargo, la realidad es que el acuerdo no fue más que un movimiento para demostrar la viabilidad de la opción y presionar al gobierno, pues carecía de toda legitimidad. No sólo sucedió que distintos sindicatos se unieron para

rechazarlo categóricamente, sino que vino seguido de lo que quizás ha sido la sentencia de mayores proporciones hasta el momento. Un tribunal, nuevamente de Milán, ordenó a Glovo, Deliveroo, Uber Eats y Just Eat -todas firmantes del flamante acuerdo sectorial- la contratación de toda su flota de repartidores, que en total ascendía a cerca de 60mil trabajadores, y les impuso una multa por la redonda cifra de 700 millones de euros -casi el valor de una empresa Unicornio-, la más alta vista hasta ahora (Periódico El País, 2021c).

2. California

El caso de California debería ser utilizado como ejemplo a nivel mundial para romper definitivamente el aura que envuelve a la economía de plataformas y generar certezas sobre su proyecto político y las estrategias desplegadas para poner en marcha prácticas de presión.

Tras años de luchas judiciales y ante la innegable cantidad de falsos autónomos con que las nuevas estrategias empresariales estaban inundando distintos sectores del mercado, en 2019 el Estado de California aprobó la ley AB5. El objetivo era establecer criterios claros para determinar cuándo un trabajador es realmente autónomo y cuándo no. En realidad, se trató de dar estatus de ley a un método jurídico que ya utilizaba el Tribunal Supremo para discernir aquellos asuntos, el ABC test (Todolí, 2020). Según dice Eduardo Rojo (2019b):

el gobernador destaca la importancia de la nueva norma para garantizar que la calificación jurídica de la relación contractual sea la correcta y que bajo la formal apariencia de trabajo autónomo no se esconda una relación asalariada, ya que tal situación produce que la persona trabajadora no pueda disponer de derechos tales como un salario mínimo, remuneración durante días de baja o acceso a cuidados de la salud.

La norma establece la presunción de laboralidad para todas aquellas personas que proporcionen trabajo o servicio a cambio de remuneración, sea o no mediante plataformas, salvo que -y aquí es donde está lo importante- la entidad contratante sea capaz de demostrar que se cumple cada una de las siguientes condiciones:

- a) La persona está libre del control y dirección de la entidad contratante en relación con la ejecución de la obra, tanto bajo el contrato para la ejecución de la obra como de hecho.
- b) La persona realiza un trabajo que está fuera del curso normal del negocio de la entidad contratante.
- c) La persona se dedica habitualmente a un comercio, ocupación o negocio establecido de manera independiente, de la misma naturaleza que el que participa en el trabajo realizado (Rojo, 2019b).

Si las condiciones en que el trabajador realiza su actividad no cumplen con uno solo de aquellos puntos, la relación debía seguir siendo considerada como laboral.

La gota que rebasó el vaso y dio el puntapié a la iniciativa, que en el resto del país fue tildada de retrógrada y autoritaria, es lo que sucedió con la empresa de mensajería Dynamex -que no utilizaba una plataforma para organizar el trabajo-, la cual despidió a toda su flota de conductores, que hasta entonces mantenían relación laboral, para comenzar a contar con sus servicios como autónomos. Es decir, debían realizar exactamente el mismo trabajo, pero sin las consecuentes protecciones ni derechos. El Tribunal Supremo falló en contra de la empresa, indicando que la relación laboral seguía existiendo (Carballo, 2018). Fue así que se consideró necesario formular la ley AB5, aprobada en 2019 y puesta en marcha en 2020. A partir de ahí, todas aquellas personas que recibían remuneración por sus servicios pasaban a ser consideradas trabajadores de la empresa. Fue en este momento cuando aparecieron los gigantes de la economía de plataformas: Uber, Lyft, DoorDash y PostMates, las principales causantes de la nueva ley por haber masificado a niveles impensables la externalización del trabajo. El caso es que no sólo no se sintieron aludidas por la normativa y la incumplieron, sino que incluso comenzaron una campaña para derribarla.

En California existe la posibilidad de que las iniciativas ciudadanas que puedan demostrar cierto nivel de apoyo, se conviertan en una proposición que se somete a votación mediante plebiscito. Así, entonces, las plataformas crearon una campaña para reunir firmas y poner sobre la mesa la “Proposición de protección de conductores y servicios basados en aplicaciones” (se debe prestar atención al nombre), mundialmente conocida como Prop22, que rechazaba de plano la ley AB5 para mantener el estatus de autónomo de

conductores y repartidores que trabajan mediante plataformas, pero con mayores protecciones. Es decir, una tercera vía. La iniciativa “Sí a la Proposición 22” logró reunir más de un millón de firmas en unas pocas semanas y con ello entró a competir en una votación propia el día de las elecciones generales. En un año de campaña, durante el que las plataformas se mantuvieron en fraude flagrante, la Prop22 recibió más de 200 millones de dólares en aportes, transformándose en la campaña electoral más cara de la historia de California (Periódico The Guardian, 2020). Como contraparte, la iniciativa “No a la proposición 22” recibió menos de 20 millones en el mismo tiempo. Finalmente, el día 3 de noviembre del 2020, las empresas de la economía de plataformas lograron doblegar la sentencia del Tribunal Supremo y la ley AB5, y con un 59% de los votos a favor sacaron adelante su iniciativa.

Más allá del hecho en sí mismo, que no es menor, es interesante reparar en algunos de los principales recursos que dieron forma a la campaña, puesto que aquí encontraremos los ejemplos que más tarde siguieron las plataformas de reparto en España. Aunque las evidencias al respecto sobran y no hay que buscar mucho para encontrar reportajes que detallan hasta qué punto llegaron las medidas de hostigamiento a trabajadores y personalidades a favor de la ley AB5⁹², revisaremos brevemente el relato de uno de sus protagonistas.

En octubre del 2021, la Red de Asistencia Legal para Trabajadores (ILAW Network, por sus siglas en inglés) me invitó a un panel junto a exponentes de varios países para hablar sobre la regulación del trabajo en plataformas, y ahí pude escuchar la historia de California contada por Steven Ury, el asesor general de la Unión Internacional de Empleados de Servicios (SEIU, por sus siglas en inglés), que comandó el bando del “No a la propuesta 22”. Steven contó que la campaña del “Sí a la propuesta 22” gastó gran parte de su presupuesto en inundar la radio, televisión e internet con propaganda donde se decía textualmente que los trabajadores no querían ser empleados, pues preferían la flexibilidad del modelo. El asunto se presentó como una lucha por los derechos y libertades de las personas, donde los trabajadores merecían tener la oportunidad de organizar su actividad de manera flexible y con buena remuneración. Esto queda

⁹² Para hacernos una idea, recomiendo leer el reportaje de Los Ángeles Times sobre la profesora de derecho Veena Dubal. Está disponible en:
<<https://www.latimes.com/espanol/eeuu/articulo/2020-09-04/campana-de-las-urnas-financiada-por-uber-y-lyft>>

totalmente claro en el titular de una columna escrita por el propio CEO de Uber, Dara Khosrowshahi, -que asumió por el destituido Travis Kalanick- para el New York Times, que dice: *“Si los trabajadores de la ‘gig economy’ desean mantener su flexibilidad actual y obtener prestaciones nuevas, ¿no deberíamos darles lo mejor de ambos mundos, en lugar de pedirles que elijan el menor de dos males?”* (Khosrowshahi, 2020).

Uber y Lyft enviaron correos electrónicos a sus conductores y pusieron notificaciones dentro de sus aplicaciones invitando a los usuarios a votar que sí, e incluso amenazaron con que sus servicios podrían aumentar hasta un 111% si se mantenía en vigencia la ley (Periódico The Guardian, 2020). Instacart, por su parte, coaccionó para que los trabajadores pusieran panfletos con propaganda. Según decía Steven -aunque no he encontrado evidencias sobre esto-, Uber incluso puso un botón en la aplicación de los conductores que, cuando se apretaba, enviaba un mensaje de texto directo a algún diputado presionando por la Prop22. Quizás parece algo distópico, pero si pensamos que en España hubo un momento en que se publicaron los números telefónicos de los Grupos parlamentarios para que los repartidores llamaran pidiendo seguir siendo autónomos, no parece tan descabellado.

Del mismo modo, aquellos conductores que se manifestaban a favor del proyecto tenían más viajes y ganancias, al tiempo que sus detractores eran dejados de lado por el algoritmo. Además, en una táctica que se ha replicado por diversos rincones del mundo, todas amenazaron con irse de California si se rechazaba la propuesta.

Por último, cabe decir que, a mediados del 2021, y ante una demanda presentada precisamente por la SEIU y algunos conductores, el Tribunal Supremo declaró inconstitucional la Prop22, puesto que entorpece explícitamente la capacidad de legislar sobre los derechos de los trabajadores, consagrada en la propia Constitución (Periódico Los Ángeles Times, 2021). Habrá que esperar para ver de qué modo se resuelve el asunto en California, aunque lo que está claro es que las empresas están dispuestas a poner en marcha todo tipo de prácticas para conseguir su objetivo.

A fin de cuentas, el saldo que nos deja la revisión de este acotado panorama internacional es bastante claro y refleja a la perfección los intentos disruptivos de las plataformas: tres sentencias de distintos tribunales supremos incumplidas (cuatro, si contamos España),

tres directivos condenados a prisión, fraudes multimillonarios a la Seguridad Social, instigación a trabajadores, acuerdo con una institución de ultraderecha (dos, si contamos España), manipulación de datos, una campaña electoral declarada ilegal y, por último, pero encima de todo lo anterior, una ley a medida.

La batalla judicial en España

Al igual que en Reino Unido, Francia, Italia y California, el modelo de las plataformas de trabajo en España no tardó demasiado tiempo en llamar la atención de las principales instituciones y ser llevado hasta los tribunales, donde se ha librado la batalla que ha dejado las espectaculares cifras que revisamos al principio: centenares de denuncias de diversos tipos; alrededor de 45 actuaciones de Inspección de Trabajo; más de 20mil repartidores dados de alta de oficio en el Régimen General de la Seguridad Social; más 30 millones de euros de deuda a la Seguridad Social; decenas de macro-juicios entre la Tesorería General de la Seguridad Social y las empresas por aquellas cotizaciones impagas, donde en cada uno hay miles de trabajadores afectados; casi 50 sentencias decretando el fraude del modelo, dos de ellas del Tribunal Supremo; un proceso legislativo particular; y las incontables demandas individuales de diversos tipos: despidos injustificados, relación laboral encubierta (que incluye desde reconocimiento de accidentes o indemnizaciones hasta regularización de situación administrativa), vulneración de derechos fundamentales, etc.

Gracias a todo esto, por lo menos en España, hoy en día es casi un consenso y lugar común decir que los repartidores de plataformas desempeñan su trabajo en condiciones de falsos autónomos. No obstante, es evidente que el camino hasta dar ese hecho por sentado ha sido especialmente complicado. No porque a los jueces les faltara evidencia para sostenerlo, ya que incluso han sido redundantes sobre ello, sino porque las plataformas han llegado hasta las últimas instancias para tejer una complicada trama que permitiera rebatirlo, argumentar que el debate se estaba enfocando de manera errada y presionar por una solución basada en la flexibilización de la regulación. Tanto así que, siguiendo fielmente la línea estratégica desplegada en otros países, no sólo no han cumplido las diversas sentencias, sino que tampoco lo han hecho con la muy específica “Ley rider”.

Por ello, ahora nos dedicaremos a analizar lo que ha sido la batalla judicial de las plataformas en España, donde revisaremos a fondo los principales argumentos usados en las sentencias y la posición que han tomado las empresas. Esta sección, que hace un recorrido desde el 2017 hasta el 2021, estará compuesta fundamentalmente de tres apartados: de porqué los repartidores son falsos autónomos, las estrategias de las plataformas en la batalla judicial y las principales consecuencias que todo esto ha generado para un número importante de los repartidores.

1. La configuración del problema

En España, ser un falso autónomo significa que los términos reales en los que se realiza un trabajo por cuenta propia no se condicen con las condiciones especificadas en la ley para que la actividad pueda ser considerada como tal, aun a pesar de que el trabajador haya llegado a firmar un contrato mercantil. En términos prácticos, esto quiere decir que las características de la actividad son las de una relación laboral, por lo cual no se debe estar dado de alta en el RETA y pagar las propias cotizaciones a la Seguridad Social, pues aquello le corresponde a la otra parte, que en realidad vendría siendo el empleador. La posibilidad de abrir este terreno de duda y debate, aun con un documento de por medio que la respalde, es precisamente porque se comprende que pueden existir condiciones estructurales que, de uno u otro modo, llevan al trabajador a aceptar una situación injusta, por lo que se le debe proteger frente al poder desmesurado que puede llegar a ejercer quien le paga por su actividad. Es por ello que no se culpa al trabajador por haber aceptado el puesto y mantenerse en una actividad fraudulenta, sino al empleador, que finalmente es quien obtiene mayor provecho del asunto. Sea como sea, el punto es que hay reglas claras que delimitan las características generales que debe tener una actividad para ser considerada como autónoma o asalariada. Y una de las dimensiones esenciales para discernir aquella situación es esclarecer quién determina los aspectos fundamentales del trabajo, tales como el horario, la carga o la remuneración, y en base a qué parámetros. Consecuentemente, se sobreentiende que la legislación española no permite elegir bajo qué régimen se puede realizar una determinada actividad, sino que son las características de la actividad las que determinan en qué régimen se debe resguardar el trabajador. Este último punto será fundamental.

En este sentido, el Estatuto de los Trabajadores es la ley que fija las reglas del juego, delimitando las condiciones que dan forma a una relación laboral por cuenta ajena. De entrada, en el artículo 1.1, referido a su ámbito de aplicación, nos dice que “La presente Ley será de aplicación a los trabajadores que voluntariamente presten sus servicios retribuidos por cuenta ajena y dentro del ámbito de organización y dirección de otra persona, física o jurídica, denominada empleador o empresario” (RDL 2/2015, de 23 de octubre). A pesar de que se trata de un cuerpo realmente extenso y repleto de recovecos y detalles, no es necesario saber más para comprender el conflicto y la batalla judicial de las plataformas, o a qué se han remitido los distintos jueces para decretar que existe relación laboral. El punto clave está donde dice “*dentro del ámbito de organización y dirección de otra persona*”.

Cuando las plataformas de reparto comenzaron a operar en España, entre el año 2015-2016, y a pesar de que ya se promocionaban como un trabajo autónomo y flexible, no sólo escondieron las características reales del trabajo de los repartidores tras un contrato mercantil de autónomos, sino que incluso aquel contrato era abiertamente fraudulento, pues imponía explícitamente términos propios de una relación laboral⁹³. Como vimos en la parte anterior, en aquellos tiempos el trabajo incluía condiciones tales como: la exclusividad de repartir con la plataforma, utilizar la mochila con su logo y un pago base por hora trabajada fijado por la empresa. Además, en la mecánica del día a día había una serie de requisitos que el repartidor debía cumplir a riesgo de sanción o la temida desconexión. La forma que todo esto tomaba en la práctica era que el sistema de reputación medía distintas variables sobre la conducta del repartidor en tiempo real, determinando la asignación de horas y carga de trabajo. A todo lo cual debemos sumar la no menor obligación de darse de alta como autónomo.

Era tan flagrante el fraude que es difícil imaginar que las empresas no fueran conscientes de ello. Pues no se trata de que intentaron atacar un cierto vacío legal o una zona gris para discutir la figura del autónomo, sino que directamente impusieron términos similares a los de una relación laboral, salvo por algunas excepciones, pero sin cumplir con sus deberes asociados, especificando abiertamente aquellas condiciones en un contrato. De

⁹³ Adjunto aquel contrato de Deliveroo en Anexos digitales, con el nombre: “19. Contrato Prestación de servicios – Deliveroo”.

modo que, a juzgar por los hechos, todo indica que aquella situación, llamativa y explícitamente ilegal, simplemente formaba parte del plan de presión política para poner en discusión la figura del autónomo y legitimar su modelo.

A partir de aquí, entonces, poco a poco se configurando la batalla judicial entre las plataformas, la administración, los sindicatos, las asociaciones y los repartidores.

2. De porqué los repartidores son considerados falsos autónomos

Para exponer y explicar los principales argumentos que las casi 50 sentencias han utilizado para establecer que los repartidores son falsos autónomos, utilizaremos la presentación del profesor Eduardo Rojo (2021) en la jornada organizada por UGT: “Tu algoritmo, nuestros derechos”, que se celebró los días 9 y 10 de marzo del 2021 de manera telemática.

De las 43 sentencias publicadas hasta el momento del seminario, Rojo (2021) explica que en 20 de ellas hay referencias explícitas a la influencia de algoritmos en la organización del trabajo, además del desmantelamiento de las tesis empresariales que alegaban la existencia de trabajadores plenamente autónomos. De ese grupo, realizó una selección de las que serían claves para comprender el trasfondo del asunto y su verdadera implicancia, que involucra a cada vez más sectores de la sociedad. Nosotros, por nuestra parte, revisaremos siete de ellas, pues el objetivo es abarcar el panorama por completo y lograr comprenderlo. Cabe destacar que todas están centradas casi exclusivamente en Glovo y Deliveroo, ya que, como bien sabemos, en un principio Uber Eats tenía poca demanda y pocos repartidores, por lo que se tardó un poco más en llamar la atención.

Antes de comenzar, vale aclarar algunos puntos básicos.

Las plataformas han enfrentado tres tipos de juicios distintos: por denuncias individuales de diversa índole, por mantener repartidores sin permiso para trabajar y por cotizaciones impagas. También enfrentaron un juicio ante la Audiencia Nacional por despidos masivos o ERE encubierto (Expediente de Regulación de Empleo) al ser publicada la “Ley rider”, pero eso lo revisaremos más adelante.

Los primeros son juicios ordinarios, aunque, independiente de la causa, en todos ellos lo primero es resolver si existía relación laboral o no.

Los segundos, en cambio, son entre la administración y la plataforma, a causa de mantener repartidores que trabajan como autónomos, pero sin los permisos necesarios. No son cuentas alquiladas. Como explicamos, son otra consecuencia de las actuaciones de Inspección de Trabajo. Esto ya ha pasado en diversas ocasiones y en las tres grandes plataformas. Sin embargo, dado que no es lo mismo trabajar como autónomo sin permiso que como falso autónomo sin permiso, los juicios también se centran en esclarecer si había relación laboral. Por el momento, y aunque todavía no hay sentencias firmes, todas las de primera instancia han dicho que sí la había. Por tanto, y si todo sigue así, el día que aquellos procesos lleguen a su fin, las empresas tendrán que encargarse de hacer los procedimientos necesarios para regular la situación administrativa de los trabajadores y mantenerlos como empleados.

Los terceros, por su parte, son los macro-juicios, los cuales surgen cuando, tras una actuación de Inspección de Trabajo que resuelve que los repartidores operan como falsos autónomos (las cerca de 45 han dicho lo mismo), la Tesorería General de la Seguridad Social (TGSS) da de alta de oficio en el Régimen General a los repartidores afectados para reclamar a la plataforma en cuestión las cotizaciones impagas. La plataforma, por su parte, puede recurrir el procedimiento, dando lugar al macro-juicio frente a la TGSS, donde en cada uno hay miles de repartidores involucrados, que se pueden hacer representar. En ellos, entonces, se discute si efectivamente había relación laboral o no al momento de la actuación de Inspección de Trabajo. Como son multitudinarios, en el macro-juicio de Deliveroo en Madrid, por ejemplo, hubo nueve abogados litigando: seis representaron la laboralidad de los repartidores: uno de la TGSS; cuatro de sindicatos (UGT, CCOO, CGT y CNT) y una del Colectivo Ronda; y tres representaron la autonomía de los repartidores: una abogada del bufete RB Legal (de la asociación de repartidores AsoRiders); y dos de la empresa (uno de ellos ex jefe provincial de la propia Inspección de Trabajo en Madrid).

Además de todo esto, en condiciones normales, cada sentencia obtenida puede ser recurrida hasta dos veces. Las de primera instancia pasan al Tribunal Superior de Justicia (TSJ) correspondiente de cada comunidad autónoma y aquellas al Tribunal Supremo (TS). Si la sentencia no es recurrida, se entiende que es firme y se debe cumplir. Del mismo modo, al ser la última instancia, una sentencia del Tribunal Supremo es firme e implica cerrar el caso. Si el problema en cuestión es la laboralidad de los repartidores, lo

cual está en discusión en una centena de procedimientos más, la primera sentencia del Tribunal Supremo genera unificación de doctrina, mientras que una segunda marca jurisprudencia para todos los demás procesos. En consecuencia, no siempre una sentencia del TSJ en contra será recurrida, pues hay casos en los que hay más o menos esperanzas depositadas para afrontar al TS.

2.1 Sentencia del juzgado de lo social Nº6 de Valencia - 1 de junio del 2018

El conflicto judicial propiamente tal, entonces, comenzó el 1 de junio del 2018, a partir de la resolución del juzgado de lo social Nº6 de Valencia. Evidentemente, la primera resultó fundamental, ya que marcó los argumentos y el sendero que seguirían las demás. Fue a propósito del despido improcedente de un repartidor de Deliveroo, a quien la empresa dio de baja por rechazar pedidos y no cumplir con todas las horas asignadas. La sentencia, además de recalcar algunos aspectos de dirección y control en el día a día -que ya describimos en profundidad en la primera parte del análisis-, deja las complicaciones a un lado y examina el modelo de trabajo aplicando directamente el artículo 1.1 del Estatuto de los Trabajadores, por lo que se centra en dilucidar cuáles son los elementos indispensables para poder realizar el trabajo y a quién pertenecen. De este modo, plantea que: “el trabajador, aún cuando aportaba para el trabajo su bicicleta y su teléfono móvil, carecía de organización empresarial, siendo la empresa, la titular de la plataforma virtual, con el nombre comercial "DELIVEROO" la que, a través de una aplicación informática -APP-, organizaba la actividad empresarial” (SJSO Nº.6 de Valencia, 244/2018, de 1 de junio: 12). En otras palabras, esto quiere decir que la plataforma no es una mera intermediaria que los repartidores contratan para gestionar su propio negocio, sino que es la que ofrece el servicio y posee la estructura para llevarlo a cabo, derivando en que los repartidores deberían ser sus trabajadores.

2.2 Sentencia del juzgado de lo social Nº33 de Madrid – 11 de febrero del 2019

Concluye la nulidad del despido de un trabajador de Glovo por haber sido atentado su derecho fundamental de libertad de expresión y huelga. Esta sentencia, a juicio del profesor Rojo (2021), posee dos características fundamentales: por una parte, marca una línea en cuanto a la importancia de la gestión algorítmica en las relaciones de trabajo y, por la otra, se ocupa de hacer explícito a quién pertenece dicha herramienta innovadora,

haciendo claro que se trata de una relación laboral por cuenta ajena. Además, deja en evidencia que los criterios que organizan la actividad, utilizados al momento de seleccionar a los trabajadores para asignar pedidos, no quedan limitados por la supuesta libertad que tienen de elegir cuándo trabajar, ya que los repartidores vienen condicionados previamente por decisiones empresariales que están codificadas en el algoritmo, tales como el número de repartos realizados, los pedidos aceptados o la valoración de los clientes y *partners* (SJSO N°33 Madrid, 279/2019, de 11 de febrero).

Relato una pequeña anécdota que ayuda a comprender aún mejor las condiciones de este caso. A mediados del año 2018, ante el constante aumento de las distancias que había que recorrer en cada pedido y la baja progresiva de las tarifas, hubo un grupo de repartidores de Glovo que intentó movilizar a sus compañeros para hacer una huelga y ser escuchados. Como el medio de comunicación masivo y predilecto son los grupos de chat, el repartidor de la sentencia en cuestión escribió algunos mensajes en un grupo donde no sólo había gente afín a la movilización, sino también otros repartidores que actúan como los ojos y oídos de la empresa en la calle, quienes trasladaron aquel contenido con nombre y apellido a la dirección. En el informe “El trabajo en las plataformas digitales de reparto” (UGT, 2019), se muestra un extracto de la carta que Glovo le envió para argumentar su desconexión⁹⁴:

Extracto de la Carta de despido de Glovo:

Más concretamente, en su voluntad de incitación al seguimiento de huelga que no podría tildarse más que de ilegal en las actuales condiciones, Vd. se manifiesta respecto de sus compañeros amenazándoles que, si “si no siguen la huelga”, otros colapsaran los “slots” y harán muchos pedidos para desatenderlos y colapsar el funcionamiento de la aplicación.

Esta amenaza, de perpetrarse originaría el caos en los sistemas informáticos y la imposibilidad material de ofrecer servicios a los repartidores y el consiguiente impacto en los usuarios de la aplicación, causando un grave perjuicio a la empresa.

⁹⁴ En la carta queda claro que los repartidores conocen y manejan a la perfección el funcionamiento de los mecanismos de organización del trabajo, puesto que incluso los utilizan como herramientas para ejercer presión entre compañeros.

Se persigue con ello influenciar negativamente en el sistema de valoración de los repartidores que no sigan sus pretensiones huelguistas. Así nos refieren que Vd. les manifiesta que: “vamos a realizar pedidos nosotros estando allí y la persona que venga se va a llevar un menos cinco”; o que, “más vale hacer la huelga y perderte dos diamantes que llevarte así de primeras un menos cinco”; o que, “el que quiera repartir algo en Bilbao (el sector de Madrid centro) se llevará un menos cinco” (UGT, 2019: 46).

2.3 Sentencia del juzgado de lo social Nº1 de Gijón – 20 de febrero del 2019

La tercera sentencia clave viene de Gijón, cuando en febrero del 2019 se estableció el despido improcedente de un repartidor de Glovo. Siguiendo la misma metodología de identificar las herramientas indispensables para poder realizar la actividad y a quién pertenecen, en aquel texto se toca una cuestión clave, y es que “La prestación de los servicios en tal marco sería posible sin un vehículo (el repartidor podría hacer los repartos andando o en transporte público) pero no sin la aplicación que pone en contacto a los repartidores y a los clientes” (SJSO Nº1 Gijón, 280/2019, de 20 de febrero: 8). Este es un punto fundamental, pues, de hecho, en las principales ciudades de España no es raro encontrar repartidores que suben su bicicleta al metro para cumplir con pedidos irracionalmente lejanos, e incluso la aplicación de Glovo se puede programar en modo “Footing”, para repartir a pie⁹⁵.

2.4 Sentencia del juzgado de lo social Nº5 de Valencia – 10 de junio del 2019

La cuarta sentencia es nuevamente de Valencia, pero esta vez del juzgado de lo social Nº5, que dictó sentencia sobre el macro-juicio de Deliveroo en la comunidad. Va prácticamente en la misma línea que las demás, pero dejó un detalle sobre el que debemos tomar nota. El juez se preocupó de destacar que en el juicio hubo un número importante de repartidores que actuaron como testigos a favor de la empresa, asegurando contar con total y plena autonomía para realizar su trabajo (SJSO Nº5 Valencia, 2892/2019, de 10 de junio). Sin embargo, como lo importante, según explica el profesor Rojo (2021), es el conjunto de las pruebas, el jurado llegó a la conclusión de que aquellos argumentos no se

⁹⁵ Adjunto en Anexos digitales un vídeo que se hizo viral entre los grupos de repartidores, donde aparece una persona repartiendo a pie, está con el título “20. Glovo Footing”.

correspondían con la verdad, puesto que el control algorítmico en la organización del trabajo influía extraordinariamente en la capacidad de libertad del repartidor.

2.5 Sentencia del juzgado de lo social Nº19 de Madrid – 22 de julio del 2019

La sentencia del macro-juicio de Deliveroo en Madrid, donde estuvimos 532 repartidores afectados, da otro dato importante para esclarecer por qué se trata de una relación laboral. Es un hecho que podría parecer evidente, pero que generalmente suele pasar desapercibido en la discusión, y es que efectivamente la relación del conjunto de los repartidores está homogeneizada por las condiciones que se fijan desde la empresa, a lo que se le debe sumar un componente estético, pues, por aquel entonces, a todos se nos conminaba a presentarnos con la marca de la plataforma. Además, apunta directamente contra la flexibilidad, entendiéndola como puramente teórica, ya que la empresa necesita repartidores disponibles de forma constante. Específicamente, dice que se debe “concebir la exigencia de dependencia en términos acordes a los medios tecnológicos de los que se dispone en la actualidad, que permiten la sujeción a dependencia del trabajador en condiciones más flexibles pero igualmente efectivas” (SJSO Nº19 Madrid, 2952/2019, de 22 de julio: 14). Este es otro punto fundamental. Hemos visto que los distintos mecanismos utilizados para organizar el trabajo en torno a la flexibilidad, han dado lugar a un entramado que termina por supeditar la supuesta autonomía del repartidor y que incluye un seguimiento de la conducta que reduce las posibilidades de elección. En otras palabras, la sentencia llama la atención sobre las nuevas estrategias que intentan camuflar la situación de los trabajadores, sin por ello lograr alterar la condición estructural básica de la relación laboral: la subordinación.

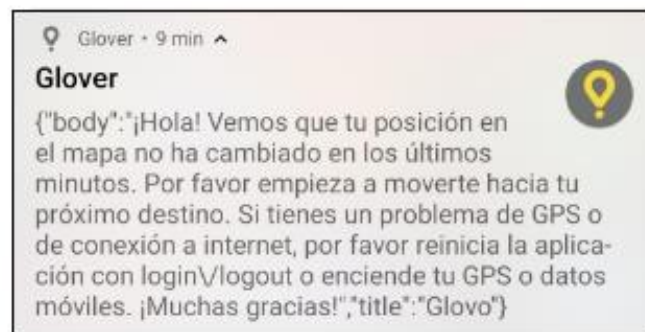
2.6 Sentencia del juzgado de lo social Nº24 de Barcelona – 18 de noviembre del 2020

La sentencia acerca del macro-juicio de Deliveroo en Barcelona especifica uno de los puntos que recién comentábamos, puesto que se preocupa de esclarecer algunos aspectos del funcionamiento del sistema de reputación. Así, aclara que las puntuaciones, derivadas del seguimiento de la conducta de los repartidores, están lejos de ser un simple mecanismo para hacer participar a los consumidores y recibir retroalimentación sobre la calidad del servicio, ya que también la empresa evalúa distintas variables, que actúan como un elemento de control de la actividad. En particular, plantea que “Todas las operaciones de

reparto son seguidas mediante el sistema de geolocalización por los servicios de operaciones de la empresa que lleva un control de tiempos en cada reparto, dato que forma parte de la métrica de cada uno de los repartidores” (SJSO N°24 Barcelona, 259/2020, de 18 de noviembre: 9).

Dejo aquí una imagen que refleja hasta qué punto llega el seguimiento por geolocalización a cada repartidor:

Captura de pantalla 8. Mensaje de Glovo



Fuente: facilitada por Fernando, nuestro entrevistado. Corresponde al 2020.

2.7 Sentencia del Tribunal Supremo, unificación de doctrina – 25 de septiembre del 2020

Por último, no podemos dejar de nombrar la primera sentencia del Tribunal Supremo sobre Glovo, con fecha 25 de septiembre de 2020, que marcó un antes y un después en la batalla de las plataformas. Es trascendental no sólo por tratarse de la primera sentencia firme al respecto, sino también porque, de modo similar a lo que ocurrió en Francia, permite interpretar una clara intencionalidad en su publicación, ya que salió en el intervalo de tiempo que hubo entre que el gobierno anunciara que convocaría a una mesa de diálogo social para regular el sector y que aquel proceso efectivamente comenzara. De modo que el Tribunal Supremo, con su pronunciamiento, marcó la línea que debería seguir el camino legislativo.

Se refiere a la desconexión de Isaac Cuende, uno de los primeros repartidores de Madrid, que trabajó en 2016, y que, para darle todavía más épica a este larguísimo camino, increíblemente había perdido en las dos instancias anteriores, siendo el caso en que había menos esperanzas depositadas. La sentencia, que fue más rotunda de lo que cualquiera se podría haber imaginado en ese momento, unificó criterios para analizar el modelo de

trabajo de las plataformas de reparto y no dejó lugar a dudas en su exposición, estableciendo claramente que:

Glovo disfruta de un poder para sancionar a sus repartidores por una pluralidad de conductas diferentes, que es una manifestación del poder directivo del empleador. A través de la plataforma digital, Glovo lleva a cabo un control en tiempo real de la prestación del servicio, sin que el repartidor pueda realizar su tarea desvinculado de dicha plataforma. Debido a ello, el repartidor goza de una autonomía muy limitada que únicamente alcanza a cuestiones secundarias (STS 805/2020, de 25 de septiembre: 37).

Después hubo otro pronunciamiento del Tribunal Supremo, esta vez sobre el macro-juicio de Deliveroo en Madrid, aquel de los 532 trabajadores afectados (ATS 6639/2021, de 18 de mayo). Sin embargo, no fue una sentencia, sino un auto, y tuvo considerablemente menos repercusión, pues para aquel momento el diálogo social ya había concluido y la “Ley rider”, tras su complicadísimo periplo, estaba próxima a salir a la luz. El caso es que al tratarse solamente de un auto que hace referencia y ratifica la sentencia anterior, el Tribunal Supremo optó por no ejercer la facultad de hacer jurisprudencia. Una acción que también se puede interpretar como un intento por respaldar el diálogo social, pero sin inmiscuirse en los detalles del acuerdo logrado.

3. Las estrategias de las plataformas en la batalla judicial

A pesar de la contundencia de los argumentos que hemos revisado y las pocas dudas que dejan, las empresas no dieron nunca la batalla judicial por perdida, es más, la alargaron por casi cuatro años. Sin embargo, y al parecer, tampoco pretendían ganarla. Según todo indica, el objetivo fue transformarla en un proceso tedioso y agotador para ganar tiempo, seguir creciendo exponencialmente y así plagar los tribunales con juicios de repartidores que pusieran en discusión la figura del autónomo y actuaran como una evidencia de un problema en la regulación, todo lo cual les permitía presionar cada vez más fuerte por un proceso legislativo que las legitimara.

En otras palabras, ha sido tan evidente que el modelo atenta contra la ley, que sería inverosímil pensar que en algún momento se plantearon seriamente enfrentar los juicios con la ilusión de ganar y llegar a una sentencia firme favorable. No importa cuántas

resoluciones tuvieran en contra, el fondo del asunto era demostrar que todas ellas están fundamentadas en una lógica binaria asalariado/autónomo anticuada y restringida, que no reconoce las nuevas formas de trabajo.

Y tal como hizo notar el profesor Rojo (2021) en su presentación, la estrategia dio resultado, puesto que lograron mantener el modelo operativo y sostener su postura incluso con una sentencia del Tribunal Supremo a cuestas: “Me resulta por lo menos curioso que sigamos discutiendo si hay relación laboral o no, ¡cuando hay una sentencia del Tribunal Supremo, el máximo órgano jurisdiccional, que lo dice claramente!”. Recordemos que aquel congreso fue en marzo del 2021, casi cuatro años después de la primera acta de infracción de Inspección de Trabajo, tres años después de la primera sentencia y siete meses después de la resolución del Tribunal Supremo.

Para enfrentar la batalla judicial, entonces, extenderla en el tiempo y eludir las diversas sentencias que iban apareciendo, incluido el hecho de tener que soportar la presión que todo ello significa, las plataformas fueron poniendo en marcha distintas estrategias y argumentos que les permitieran ganar tiempo y seguir creciendo. Y, tal como decíamos antes, uno de los focos de acción privilegiados en todo esto ha sido el trabajo por construir un escenario definido para presentar el problema a la sociedad y generar un ambiente favorable, lo cual en la práctica fue tomando la forma de una campaña de presión contra la institucionalidad y un bombardeo discursivo contra la regulación laboral. Por tanto, a continuación revisaremos algunos de los principales elementos desplegados en este camino, cuáles han sido sus fundamentos, a dónde apuntaron y qué han supuesto para los trabajadores.

3.1 La inseguridad jurídica

Desde que comenzó la judicialización del modelo y el consecuente cuestionamiento de su legitimidad, las empresas fundamentaron su irreverente postura en el mismo argumento que ha actuado como la matriz política de toda la economía de plataformas: aunque la división de los diversos modos de trabajo en las gruesas y estrictas categorías de autónomo y asalariado habría sido pertinente para abarcar la realidad del mundo laboral en épocas pasadas, bajo las posibilidades que otorgan las tecnologías, aquella definición binaria estaría creando una inseguridad jurídica que dificulta el desarrollo de nuevas formas de trabajar. En el caso de las plataformas de reparto, esto se expresa en

que, aunque pueden llegar a aceptar que su modelo no encaja plenamente en la figura del autónomo tradicional, se debe reconocer que tampoco lo hace por completo en la del asalariado, pues se trata de una nueva realidad intermedia. Por tanto, y si el país de verdad pretende avanzar hacia la digitalización, tendría que ser entendida como tal en la ley. La cuestión de fondo, entonces, no estaría en la organización del trabajo, sino en cómo está concebida la regulación y su nula apertura a la innovación. El problema más grave y urgente de todo esto es que aquella concepción rígida les imposibilita introducir mejoras y seguridades en las condiciones de los repartidores, ya que inevitablemente se estarían dando pruebas de laboralidad. De esta manera, y al contrario de lo que se podría pensar, es la propia ley la que prohíbe mejorar las condiciones, negando con ello a los trabajadores la oportunidad de experimentar nuevas formas flexibles y cada vez más seguras de generar ingresos⁹⁶.

Toda esta estrategia discursiva se ha ido plasmando a partir de ciertas prácticas concretas, que han definido la posición de las plataformas frente al conflicto judicial, y que también han influido en la percepción y el comportamiento de los repartidores, pues muchas veces tomaron la forma de presiones explícitas.

Uno de los mejores ejemplos lo podemos encontrar en las acciones de Deliveroo tras que en Madrid se publicara la primera acta de infracción de Inspección de Trabajo, en 2017. A los pocos días de conocerse la resolución, se procedió a dar de alta de oficio en el Régimen General a los 532 repartidores que al momento de la actuación trabajábamos en la comunidad. Así, y tal como ocurre con cualquier trabajador al ser dado de alta, la Seguridad Social envió un SMS a los teléfonos para avisar que el trámite había sido realizado. Una vez que el mensaje llegó a los repartidores, Deliveroo respondió mandando un correo superlativo, que actúa como un resumen perfecto de lo que venimos hablando:

Hola,

Puede que hoy hayas recibido un SMS de la Seguridad Social en relación a Roofoods Spain SLU (Deliveroo). No hemos recibido ninguna comunicación oficial al respecto. De recibir cualquier información relevante serás el primero

⁹⁶ Dejo aquí un ejemplo de una nota periodística, pero basta con hacer una pequeña búsqueda en internet poniendo “plataformas de reparto, inseguridad jurídica” y se comprobará hasta qué punto difundieron la idea: <https://cincodias.elpais.com/cincodias/2019/05/21/companias/1558434468_269412.html>

en saberlo. Estamos comprometidos en ofrecer el trabajo bien remunerado y flexible que tanto valoras y os defenderemos contra cualquier decisión que pueda prevenirnos de ofreceros un buen empleo⁹⁷.

Como queda claro, la postura de la empresa era que nos quería defender de los daños que nos podía causar la anticuada protección laboral.

Exactamente lo mismo sucede en este otro ejemplo, que esta vez es una plantilla enviada desde las oficinas de Glovo a los repartidores de Zaragoza, que recientemente habían sido dados de alta de oficio, la cual debían rellenar e ir a entregar a la misma Seguridad Social:

Captura de pantalla 9. Plantilla Glovo para Seguridad Social

Yo, _____, con DNI/NIE
_____, y domicilio en
_____, no estoy de
acuerdo con el alta en el Régimen General de la
seguridad social realizada de forma unilateral por
parte de la Tesorería General de la Seguridad
Social de Zaragoza. El alta ha sido realizada sin
mi consentimiento y en contra de mi realidad y mi
voluntad y me está causando un perjuicio
económico y moral. Es por ello por lo que solicito
se me dé de baja del régimen general de la
seguridad social a fecha del presente documento
con efectos inmediatos y retroactivos. No me
considero trabajador debido a que:
No tengo horarios
Escojo cuando quiero trabajar
Utilizo mis propios materiales
Puedo tener otros trabajos
Tengo flexibilidad absoluta
Soy mi propio jefe

Nombre del Profesional independiente
Firmado



Fuente: sacada del correo original y facilitada por numerosos repartidores a Riders X Derechos.

Aquí queda reflejado que las empresas tomaron una posición que se fundamenta en el desdén típico de los emprendedores *hackers* frente a la institucionalidad y que resta

⁹⁷ Copia sacada directamente del correo original.

gravedad e importancia al análisis realizado por los organismos reguladores, entendiéndolos como entes incompetentes para evaluar las nuevas posibilidades que ofrecen sus tecnologías. Además, el mensaje intenta irradiar un cierto orgullo de ser autónomo, muy apegado a la filosofía del emprendimiento. En consecuencia, y entendiendo que fue redactado directamente por Glovo, es una postura que está fundada en una lectura totalmente paralela de los hechos, casi delirante, que rehúye de su propia posición, rol y responsabilidad frente a los repartidores, ya que intenta situarlos exactamente a la misma altura, planteando que ambos serían víctimas por igual de una regulación sesgada. Se trata de una comprensión del problema desde un liberalismo radical, donde no sólo hay una interpretación oportunista y torcida de las actuaciones de la TGSS, sino que también hay un innegable llamado a la movilización frente a lo que sería una situación injusta, generando una evidente coacción en los repartidores afectados por el proceso.

Toda esta estrategia discursiva para atacar los pilares de la regulación laboral no es casualidad. Ya en el 2012 Eduardo Crespo y la profesora Amparo Serrano lo explicaban a la perfección a través del concepto de flexiguridad y su entrada en los principios de la regulación laboral, ofreciendo un contexto más amplio que permite comprender que no estamos ante nada nuevo. Se trata de un concepto utilizado para designar una nueva estrategia política sobre la gestión del empleo y la Seguridad Social, que apunta directamente al deber moral del trabajador de participar en la autorregulación de su propia vida.

La parte de la flexibilidad se entiende como la desregulación inequívoca de las protecciones contractuales, que van forzando una transformación de los derechos laborales. Entendida como una respuesta del mercado ante las nuevas realidades, la flexibilidad reclama o, más bien, exige mayor capacidad de adaptación del marco normativo a las demandas de las diversas coyunturas económicas, con lo que se va transformando en una estrategia recurrente buscar la explicación de ciertos fenómenos, tales como las altas tasas de desempleo o, en nuestro caso, el deber de pagar cuotas de autónomo, en la excesiva rigidez del mercado laboral. Dicho de otro modo, es el propio marco protector el que pasa a ser entendido como causa de la inseguridad. Así, paradójicamente, la regulación y defensa de la responsabilidad conjunta del contrato

laboral, uno de los pilares de los Estados de bienestar, es apuntado como dogma, como lastre que inhibe la innovación y causa vulnerabilidad.

Por su parte, la seguridad aquí aparece como un concepto psicologizado. Esto significa que aquello que era comprendido como un derecho social conquistado, se convierte en capacidad de auto-aseguramiento o poder de agencia, vinculado a la activación y empleabilidad personal. Es decir, a la acción del sujeto en el mercado y su capacidad para explotar oportunidades. Un gran ejemplo de esto ya lo veíamos más arriba, a propósito del ecosistema de *start-ups* que han dado paso al mundo del WorkerTech, donde las compañías tecnológicas están conquistando el espacio de las protecciones, seguridades y derechos sociales, ofreciendo servicios privados para solventar las necesidades de los trabajadores; aquello que Cañigual (2020) explicó como una redefinición del paquete fordista. Desde este punto de vista, la nueva idea del trabajo y su gestión tendrían como pilares “fundamentales la lucha contra la dependencia, el logro de la autonomía y la promoción de la responsabilidad individual” (Crespo y Serrano, 2012: 40).

3.2 Sentencias en contra y a favor... La evidencia de la inseguridad jurídica

Así las cosas, huelga decir que una de las características distintivas en los intentos de las plataformas por alargar y entorpecer la batalla judicial ha sido la temeridad. No es un hecho menor enviar mensajes como los que revisamos, pues, a fin de cuentas, están destinados a obstaculizar procesos institucionales que resguardan la democracia, ya que atenta directamente contra la capacidad de recaudar impuestos y el ejercicio de responsabilidades y derechos consagrados en la relación laboral.

Sea como sea, en este camino, en el que las plataformas han ido cruzando constantemente los límites, enrevesando deliberadamente los procesos institucionales y eludiendo las diversas sentencias, no es difícil comprender que fueran aferrándose fervientemente a cualquier argumento que se pudiese interpretar como que sustentaba la tesis de la inseguridad jurídica, aunque fuera forzándolo, pues aquello permitía seguir presionando por un proceso legislativo a la medida. Por lo mismo, a continuación revisaremos brevemente cuatro momentos clave en los que esta situación se hizo patente y que sirven para ilustrar de qué modo se fue construyendo el argumento y la defensa pública del sector.

a) Auto del Tribunal de Justicia de la Unión Europea

En medio de esta dinámica, surgió un hecho que, a fuerza de repetición, terminó por transformarse en un pilar fundamental. El 22 de abril del 2020, la sala 8 del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) publicó un auto sobre el caso de un trabajador de la plataforma de reparto Yodel Delivery, que opera en Watford, Reino Unido. No es una sentencia, sino simplemente la respuesta a una consulta que el tribunal de aquel país le realiza al de la Unión Europea para que le ayude a esclarecer el caso. En el texto, el TJUE recibe una serie de preguntas, acompañadas de ciertas características que tendría el modelo de la plataforma Yodel, y que al trabajador le permitirían: subcontratar personas, rechazar pedidos, trabajar para terceros y establecer su propio horario. Por lo menos en el papel, aquel repartidor mantenía las mismas condiciones que cualquier repartidor de plataformas en España.

Según aquella información, que es la que remitieron en la consulta, el TJUE sugiere que *a priori* sí parecería un trabajador autónomo, pero expresa claramente que:

corresponde al órgano jurisdiccional nacional aplicar dicho concepto de “trabajador” (...). Más específicamente, el Tribunal de Justicia ya ha precisado que la calificación de “prestador autónomo” con arreglo al derecho nacional no excluye que la misma persona deba ser calificada de “trabajador” a efectos del Derecho de la Unión si su independencia sólo es ficticia y disimula lo que a todos los efectos es una relación laboral (ATJUE, caso Yodel Delivery Network Ltd., 22 de abril 2020: 7-8).

El contenido del auto es sumamente explícito, es más, incluso podríamos decir que, considerando los argumentos de las diversas sentencias en España, va directamente en contra de los intereses de las plataformas. A pesar de ello, fue recogido con pinzas el pequeño trozo de texto que era útil y en la prensa se difundió el mensaje de que “Europa niega la relación laboral a los repartidores de plataformas digitales” (Periódico *elEconomista*, 2020)⁹⁸. En otras palabras, estamos ni más ni menos que frente a la propagación de un bulo. Un recurso que, a la vez que ha sido una de las tácticas preferidas

⁹⁸ El periódico *elEconomista* ha actuado como uno de los principales defensores de los argumentos de las plataformas. En la nota queda fielmente retratado cómo interpretaron y difundieron el auto.

en las campañas políticas de los últimos años, preferentemente en la ultraderecha, también fue siendo cada vez más común en la batalla de las plataformas.

A partir de ahí, las empresas comenzaron a pregonar abiertamente que la Unión Europea validaba su modelo y que era evidente que en España existía una inseguridad jurídica que las estaba perjudicando. A tal punto llegó la temeridad que Glovo no tuvo pudor en utilizar el bulo para intentar impugnar la sentencia del Tribunal Supremo en su contra, alegando vulneración a la libertad de empresa y pidiendo elevar el caso al propio TJUE, lo cual fue desestimado por completo. Incluso, en la sentencia, el Tribunal Supremo se dio la molestia de explicarle a la empresa su errónea interpretación del auto, y aprovechó de dar un golpe a la lógica neoliberal de su postura, exponiendo que “La calificación de la relación jurídica del actor como un contrato laboral no supone una restricción de las libertades de establecimiento y libre prestación de servicios garantizadas por los Tratados de la Unión, ni vulnera los derechos fundamentales a la libertad profesional y a la libertad de empresa” (STS 805/2020, de 25 de septiembre: 14).

b) Entrevista a Miguel Ferrer

A pesar de todo lo anterior, como realmente no hay muchos aficionados a leer sentencias ni autos, el bulo de las plataformas pudo mantenerse en circulación y hacer pie en la opinión pública, dando la idea de que efectivamente había “sentencias en contra y a favor”, lo que de algún modo logró validar la tesis de la inseguridad jurídica. Se trata de una frase que se transformó prácticamente en un mantra y que podemos ver claramente retratada en una entrevista a Miguel Ferrer⁹⁹, directivo de Glovo, donde uno de los anfitriones del programa, preocupado por una supuesta ambivalencia de los jueces, le comenta:

- **Entrevistador:** Claro, es que realmente es muy triste, porque esto es casi como un partido de tenis. O sea, estamos en un partido de tenis en el que todo el debate se basa, desde lo que vemos fuera, en la calificación jurídica de la relación de vuestros repartidores con las empresas. Y vamos viendo pues que un día hay una sentencia para un lado, hay una sentencia para otro (...) ¿Qué

⁹⁹ Ya la revisamos más arriba. Está completa en Anexos digitales, con el título “2. Entrevista a Miguel Ferrer. Podcast El futuro del trabajo - Glovo en el ojo del huracán”.

palancas, qué podemos hacer, no sé si vosotros o la ciudadanía en general, qué podemos hacer para traer este tema al debate público y que se convierta en una prioridad para las personas que se dedican a regular los temas laborales en este país? (en Ferrer, 2019).

Evidentemente, y siguiendo la línea estratégica, Miguel no se preocupó de explicarle al entrevistador que su diagnóstico no guardaba relación alguna con la realidad, ya que sencillamente no era verdad que había sentencias en contra y otras a favor, ni tampoco que el asunto no era una prioridad para quienes se dedican a regular los conflictos laborales del país. Aquel comentario, probablemente bien intencionado, expresaba a la perfección el escenario que las plataformas estaban luchando por construir, uno donde la constante judicialización del modelo, producto más bien de intereses políticos que de otra cosa, estaba impidiendo ir al problema de fondo y buscar una solución que permitiera adaptarse a los nuevos tiempos, negando ofrecer mayores beneficios a los trabajadores. Incluso, ante lo que pareciera indiferencia y pasividad por parte de los responsables, se habla de algún tipo de movimiento ciudadano que pujara por hacerlos entrar en razón.

c) Mensaje de Glovo a los repartidores

La misma estrategia podemos encontrar en el mensaje que Glovo envió a sus repartidores el 25 de septiembre del 2021, día que se publicó la sentencia del Tribunal Supremo en su contra¹⁰⁰, el cual nuevamente saca a relucir toda su temeridad para conseguir los objetivos irrenunciables del sector:

Desde Glovo queremos informarte que respetamos la sentencia que el Tribunal Supremo ha emitido hoy sobre un repartidor de Glovo, sin embargo quedamos a la espera de la definición de un marco regulatorio adecuado por parte del Gobierno y Europa. Algo que siempre hemos defendido.

Ahora mismo, en los tribunales el debate permanece abierto, ya que también hay varias sentencias que validan nuestro modelo, como la última del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE).

¹⁰⁰ Adjunto una captura de pantalla del correo original en Anexos digitales con el nombre “21. Correo Glovo tras sentencia TS”.

Creemos firmemente que esta regulación debe ser promovida en base al diálogo entre todos los actores interesados (...)

Desde Glovo, defendemos una nueva regulación adecuada a la realidad del trabajo en plataformas digitales y el tipo de servicios que ofrecemos en España, en línea con las asociaciones mayoritarias de repartidores y diversas organizaciones empresariales del país.

Debemos hacer un pequeño análisis del correo para identificar precisamente aquellos espacios que no menciona, pues en realidad son un anuncio de la postura que las plataformas estaban decididas a tomar de cara al proceso legislativo.

Dice que respetarán la sentencia del Tribunal Supremo, pero que no la cumplirán hasta que haya una regulación *ad-hoc* -recordemos que en aquel momento estaba por comenzar el diálogo social-; que el debate judicial permanece abierto, cuando en la práctica la sentencia del Tribunal Supremo lo estaba cerrando; que también hay sentencias a favor, que en concreto fueron seis, todas de primera instancia, aunque todas recurridas y ya perdidas en aquel momento; que una de ellas es del propio TJUE, pero que en realidad no fue una sentencia, sino un auto referido al caso de otra plataforma, en otro país, e incluso así la conclusión iba en contra de su posición -cosa que explicó el Tribunal Supremo-; y, fundamentalmente, que están en línea con las asociaciones mayoritarias de repartidores, las cuales no tienen ningún poder legal de representación ni negociación, pero no así con los sindicatos, que sí lo poseen.

d) La promoción de la Ley de movilidad francesa en España

Por último, tal como se podrá imaginar, la misma estrategia utilizada frente al auto del TJUE, se aplicó cuando se promulgó la Ley de movilidad en Francia, la cual en España inmediatamente se utilizó como herramienta de presión. A los pocos días de que las plataformas lograran modificar la regulación del trabajo francesa, el periódico económico CincoDías publicó una columna redactada por Marta Anadón, directora general de Uber Eats en España; Gustavo García, director general de Deliveroo en España; David Guasches, director general de Stuart en España; y Diego Nouet, director general de Glovo para Iberia. Todas las plataformas de reparto operando unidas. El texto saca a relucir la misma táctica que venimos desenredando, apoyada en la difusión de su propio bulo:

En los últimos meses hemos asistido a una sucesión de decisiones judiciales contradictorias sobre la naturaleza de la relación laboral entre las plataformas digitales de delivery y los repartidores. Lejos de ofrecer una solución y aportar seguridad jurídica a un debate social y político, la judicialización ha venido a demostrar que el marco laboral actual no es capaz de dar respuesta a las nuevas formas de trabajo.

La tarea ineludible de adaptar la regulación a una realidad cambiante y al futuro del trabajo corresponde a la política, tanto para garantizar derechos como para impulsar el crecimiento económico (Anadón et al., 2019).

La realidad es que la experiencia francesa tuvo gran impacto en España, ya que llenó de fuerzas a las empresas en su afán por modificar la ley. De cara a los medios, el argumento fue que el acuerdo era fruto de un diálogo abierto, democrático e inclusivo, que mira hacia el futuro, y que ese es el camino que estaban siguiendo los principales países europeos. Sin embargo, en ningún momento se mencionó que el Tribunal Supremo de aquel país se había declarado dos veces en contra del modelo y que hay tres directivos condenados a prisión por fraude laboral.

Una pequeña reflexión al respecto. Visto desde la regulación del trabajo española, la figura del TRADE ya es en sí misma una suerte de tercera vía, similar a la creada en la Ley de movilidad francesa, pues acepta hasta un 85% de dependencia sin que suponga laboralidad. Es una modalidad tremendamente flexible, que a todas luces ampara la externalización del trabajo. El único requisito que impone es que la actividad sea efectivamente en condiciones de autónomo.

3.3 La transformación constante

A la vez que se iban poniendo en marcha esta serie de estrategias para sostener el argumento de la inseguridad jurídica, las empresas ejecutaron una marcada línea de acción, esta vez más bien referida al ámbito interno: el cambio permanente. Así, si la inseguridad jurídica estaba destinada a deslegitimar la batalla judicial, esta práctica intentó alargarla cada vez más.

Gracias a que la estructura de cada plataforma está diseñada para adaptarse a los vaivenes de la competencia, sumado a que sus modos de organización del trabajo son opacos y flexibles, en el momento que comenzaron las primeras actuaciones de Inspección de

Trabajo, en el 2017, las compañías pudieron implementar una política no escrita de cambio permanente, donde a medida que se iban sucediendo los diversos juicios, fueron introduciendo ajustes al modelo en algunos puntos estratégicos, con lo que principalmente lograron que las sentencias que se publicaban nacieran desactualizadas, pues se referían a un estado de la cuestión que, por lo menos en términos formales, ya no era exactamente igual, lo que daba a entender que el asunto estaba lejos de terminarse. Esto es lo que explica una proporción importante de la inmensa cantidad de cambios que revisamos anteriormente.

No obstante, el caso es que todas estas modificaciones han apuntado en una sola dirección: la autonomía de los repartidores. En otras palabras, si las diversas sentencias han dicho que existe una serie de causas objetivas para decretar que su obligación es contratarlos, las plataformas han actuado exactamente en el sentido opuesto, modificando ciertos elementos controversiales para matizar las notas de ajenidad de la actividad y mantener a los repartidores como autónomos. De todos modos, aquellas variaciones en ningún momento han sido estructurales, tampoco pretendían serlo, ya que desde un principio el objetivo ha sido legitimar una nueva figura de trabajador, no adaptarse a las ya existentes. Por todo lo cual, en el fondo, y tal como han ratificado las sentencias posteriores, nunca transformaron sustancialmente las condiciones de trabajo.

Se trata de una forma de actuar que permitió alargar la batalla judicial y enrevesarla, ya que hizo necesario mantener un seguimiento constante del modelo de trabajo; mientras que al mismo tiempo seguían creciendo progresivamente y potenciaban sus diferentes argumentos, ganando cada vez más capacidad de presión. De cara al gobierno y la opinión pública, claramente no es lo mismo 532 repartidores abiertamente falsos autónomos que 20mil fuentes de empleo con algunos detalles por corregir. No debemos olvidarnos de la máxima neoliberal: “cuando es cuestión de política social sólo hay una verdadera y fundamental, a saber, el crecimiento económico” (Dardot y Laval, 2015: 154). Llevados a nuestro caso, sería: “No hay mejor herramienta de presión que un mercado creciente, por irregular que pueda ser su gestión”.

Todo esto quiere decir que el cambio permanente no sólo ha sido una estrategia para la organización del trabajo, sino que también ha cumplido una función esencialmente política.

Ahora bien, dentro de la infinidad de cambios que se fueron sucediendo casi semanalmente a partir de la judicialización, podemos identificar tres que han sido fundamentales y que fueron utilizados para maquillar el modelo y presentar condiciones más cercanas al autónomo en los tribunales: el cambio de contrato y el modo de pago, en 2017; la información que se entrega al repartidor cuando le cae un pedido, a principios de 2018; y la eliminación del parámetro “Pedidos rechazados” en el sistema de reputación, a mediados del 2018.

4. Los repartidores y el lío administrativo: las consecuencias de la batalla judicial

Si a la estrategia de la inseguridad jurídica, la acción temeraria y el cambio permanente, le sumamos la práctica metódica de recurrir cada una de las actas de infracción de Inspección de Trabajo y de las sentencias que se iban publicando (salvo algunas excepcionales de los TSJ, por casos muy flagrantes), no será difícil imaginar que el panorama que se generó supusiera un problema más allá de lo esperado para las instituciones cuya tarea ha sido precisamente intentar darle solución al asunto. Bajo esta forma de actuar, las plataformas propusieron una verdadera carrera de resistencia a la administración, la Seguridad Social, la Tesorería General de la Seguridad Social, Inspección de Trabajo, a los sindicatos y también a la voluntad y capacidad de organización de los repartidores, ya que seguir el hilo de cada uno de los procesos pasó a transformarse en una tarea que requiere un seguimiento constante y metódico, y no cualquier organización puede sostener tamaño trabajo.

En el caso particular de Inspección de Trabajo, por ejemplo, que ha sido la que ha llevado una de las principales cargas del proceso, se debe dimensionar que ha levantado alrededor de 45 actas de infracción en diferentes comunidades autónomas. En términos prácticos, esto significa destinar sumas considerables de recursos y personal a una sola causa. A raíz de todo ello, y según nos contaron en una reunión que mantuvimos con algunos funcionarios, hubo un momento en que la institución intentó zanjar el asunto y centralizar el problema a través de Fiscalía, pretendiendo cruzar el puente entre el conflicto laboral y el delito penal. De hecho, el artículo 307 del Código Penal en su punto 1 así lo especifica:

El que, por acción u omisión, defraude a la Seguridad Social eludiendo el pago de las cuotas de ésta y conceptos de recaudación conjunta, (...) siempre que la cuantía de las cuotas defraudadas o de las devoluciones o deducciones indebidas exceda de cincuenta mil euros será castigado con la pena de prisión de uno a cinco años y multa del tanto al séxtuplo de la citada cuantía salvo que hubiere regularizado su situación (Art. 307.1, Código Penal, 10/1995, de 23 de noviembre: 34022).

Sin embargo, para aplicar dicha ley y cruzar aquel puente, no se requiere solamente evidencias, ya que recordemos que la cuantía de las cuotas defraudadas ascendió a una cifra cercana a los 30 millones de euros, prácticamente 600 veces más que lo tipificado. Lo que se requiere es voluntad política, pues no es menor dar una señal así. El caso es que no la ha habido.

En la misma línea, debemos pensar qué ha significado todo esto para las arcas públicas, ya que, a primera vista, y a juzgar por los números, la batalla judicial parecería un buen negocio para las plataformas. En el mencionado informe de UGT (2019), se estimó que, considerando la cantidad de repartidores disponibles en aquel momento, alrededor de unos 15mil, entre todas las plataformas de reparto lograban ahorrar hasta 158 millones de euros en total cada año, entre salarios a los repartidores y cotizaciones a la Seguridad Social, lo cual aumentaría a medida que hubiera más repartidores. Dicho de otro modo, hablamos de un fraude multimillonario a la sociedad en su conjunto, el cual además está sustentando en la tarifa plana de autónomos, subvencionada por la misma Seguridad Social.

En cuanto a la situación de los repartidores y de qué manera toda esta situación los ha afectado, debemos tener en cuenta que, aunque las plataformas se han propuesto alargar la batalla judicial y hacer caso omiso a las sentencias, los procesos institucionales de todos modos han seguido su curso regular, con lo que se han ido creando verdaderas telarañas administrativas que han expuesto a los repartidores a escenarios complejos y delicados. Como sabemos, a partir de las constantes actuaciones de Inspección de Trabajo, más de 20mil repartidores han sido dados de alta de oficio, lo que en términos concretos implica que han quedado cotizando dos veces por una misma actividad: en el RETA y en el

Régimen General. Sin embargo, dado que las diversas sentencias de los macro-juicios han ratificado que la actividad es como falsos autónomos, las cotizaciones pagadas durante todo este tiempo y de su propio bolsillo en el RETA no corresponden, puesto que son responsabilidad de la plataforma en cuestión. El problema es que los repartidores no se dan de baja como autónomos porque las plataformas lo siguen manteniendo como un requisito para poder trabajar, de modo que prefieren afrontar mes a mes la elevadísima cuota. A lo cual debemos sumar que la mayoría trabaja en dos o más plataformas en simultáneo, aunque en todas como falso autónomo. En conclusión, han quedado en un verdadero limbo administrativo.

En una reunión a la que pude asistir, en la que había miembros de la Seguridad Social, la TGSS e Inspección de trabajo, realizada precisamente para zanjar cómo se debía resolver definitivamente el tema de las cuotas indebidamente pagadas, los funcionarios, todo ellos abogados con conocimientos especializados, debieron discutir durante casi una hora para esclarecer los procedimientos estipulados. Nunca habían estado frente a una situación así: empresas que, sentencias de por medio, se niegan obstinadamente a pagar las cotizaciones demandadas, y falsos autónomos que se mantienen en el RETA. No es que antes no existieran los falsos autónomos, sino que aquí estamos hablando de que hay miles por cada empresa. Es más, a pesar de que las plataformas operen en conjunto, intentando construir un sector basado en la libertad de los repartidores para combinarlas al mismo tiempo, lo que daría la apariencia de autonomía, a ojos de la ley cada repartidor que combina plataformas en realidad es un *plurifalso* autónomo: para Inspección de Trabajo, no es lo mismo trabajar en Glovo -que lleva desde comida hasta sobres- que en Uber Eats -que lleva sólo comida-; para la Seguridad Social, sencillamente se trata de empresas diferentes; y la TGSS, por su parte, entiende que todas deben pagar las cotizaciones de sus trabajadores. De tal modo que se trata de un problema realmente nuevo. La solución, entonces, era la siguiente: para que a cada repartidor se le pueda devolver el dinero de sus cotizaciones indebidamente pagadas, que son cifras bastante elevadas en algunos casos, la TGSS impone que cada cual debe contar con una sentencia firme que acredite que la actividad realizada ha sido efectivamente como falso autónomo. Esto quiere decir que los repartidores que combinan a la vez tres o cuatro plataformas, deben obtener una sentencia firme para cada una de esas actividades. En otras palabras, aquello significa comenzar un largo y costoso proceso en tribunales, pues sólo una pequeña fracción ha sido dada de alta de oficio en el Régimen General y está involucrada en los macro-juicios: aquellos que

estaban trabajando en el momento exacto en que Inspección de Trabajo actuó en su ciudad sobre una plataforma en la que estaban registrados. Ellos, en términos prácticos, ya están reclamando el reconocimiento de la relación laboral. Sin embargo, los que no han tenido esa “suerte”, deben denunciar por cuenta propia. Grupo al que hay que sumar todos aquellos que trabajaron como repartidores y ya no lo son, pues recordemos que la rotación es tremendamente alta. Además, dado que son *plurifalsos* autónomos, el mecanismo que se acordó para comprobar que realmente no hubo más actividades como autónomo que pudiesen ser legales, fue que se deberían presentar los pagos de IVA en Inspección de Trabajo. Sólo una vez hecho eso, y no sin antes pasar por el trámite de “Solicitud de devolución de ingresos indebidos” en la página web de la Seguridad Social, se podrá reclamar las cuotas. Por el contrario, aquellos que hayan combinado el ser repartidor con una actividad autónoma legal, taxista, por ejemplo, no pueden reclamar nada, ya que todos los taxistas deben pagar sus cotizaciones, la cual no cambia por la cantidad de actividades que se ejerzan.

Para intentar ejemplificar hasta dónde puede llevar esta situación a una persona, revisaremos dos casos que deben ser relatados, los de J.G. y J.Y.

J.G., venezolano de nacimiento, padre de familia y repartidor desde que comenzó la explosión de las plataformas, tiene la peculiaridad de estar dado de alta en los cuatro procedimientos de oficio en Madrid: Uber Eats, Glovo, Deliveroo y Amazon Flex. Aunque su primera alta de oficio en el Régimen General fue allá por el 2017, tras la inspección a Deliveroo, nunca pudo darse de baja en el RETA, ya que también trabajaba en las demás plataformas, por lo que debió seguir pagando la cuota mensual. Lo desconectaron de Deliveroo, perdió puntaje en Glovo y en Uber Eats no había mucha demanda, así que lo intentó en Amazon Flex, y también fue parte del despido colectivo de Mission Box (MOX), flota que trabajaba con Just Eat. En aquel recorrido en picada, y a pesar de que debería haber sido contratado por lo menos en una plataforma, llegó un momento en que simplemente no pudo seguir pagando la cuota de autónomos, pero debía seguir trabajando. Desde UGT le recomendamos que se diera de baja del RETA y siguiera así, pues las altas lo abalaban y en cada juicio quedaría demostrado. Sin embargo, por temor a la desconexión y quedar sin ingresos, se demoró en hacer el trámite. Un año después, me llamó para contarme que tenía la cuenta embargada porque Hacienda le estaba reclamando algunas cuotas impagas. El fondo del asunto es que ese dinero

adeudado realmente no le correspondía pagarlo, ya que él estaba dado de alta por todas sus actividades en el Régimen General. A pesar de ello, hasta que cada trámite no esté en su lugar y haya sentencias firmes, cosa que las plataformas se han preocupado de entorpecer, le seguirán reclamando y quitando el dinero, aun cuando después se lo tengan que devolver. Hacienda es indiferente a que la TGSS lo diera de alta de oficio en el Régimen General tras actuaciones de Inspección de Trabajo donde se dijo que era falso autónomo, por lo cual quedó cotizando dos veces en la Seguridad Social por cuatro actividades diferentes, pero no se dio de baja en el RETA porque todavía no obtiene sentencias firmes y, como las plataformas se han propuesto actuar de modo temerario y contra la ley, tiene miedo a que lo desconecten.

Como decíamos antes, un lío administrativo que ha generado consecuencias terribles para las personas¹⁰¹.

J.Y., por su parte, también es venezolana de nacimiento, y ronda los 60 años. Fue repartidora de Deliveroo en motocicleta entre el 2016 y el 2017, y era una de las protegidas del centro de operaciones: contaba con un horario constante para poder trabajar y además tenía el simbólico privilegio de hacer los pedidos que realizaban desde las propias oficinas, con lo que podía conversar a diario con las personas que organizan el trabajo. El caso es que en el año 2017 tuvo un grave accidente mientras repartía, que la dejó con una rodilla pulverizada, 25 tornillos para sostenerla, un bastón para siempre y el grado de Invalidez parcial. Como ella fue parte del proceso de Inspección de Trabajo de Deliveroo en Madrid, fue dada de alta de oficio por la TGSS y entró como afectada en el macro-juicio. Hasta que no hubiera sentencia firme sobre ese caso, cuyo primer juicio se celebró recién en 2019 -dos años después del accidente-, su denuncia particular por accidente laboral ni siquiera podía ser tramitada, puesto que, en términos concretos, ella ya estaba involucrada en un juicio con la empresa donde se debía aclarar si hubo relación laboral. Mientras tanto, hasta el 2020 no se pudo dar de baja en el RETA, pues no habría podido reclamar el seguro.

Ante este tremendo panorama, cuando en enero del 2020 el Tribunal Superior de Justicia de Madrid ratificó la sentencia de primera instancia sobre la existencia de relación laboral en los afectados del macro-juicio, en mi calidad de delegado sindical de UGT en

¹⁰¹ Un gran ejemplo de este tipo de situaciones se desarrolla en la extraordinaria película de Ken Loach “*I, Daniel Blake*”.

Deliveroo, fui hasta las oficinas con una carta donde se reclamaba que la empresa tenía la obligación de reconocerla como trabajadora y reasignarla en un puesto acorde a su condición. La respuesta fue clara: ya habían recurrido la sentencia y, mientras no hubiera una del Tribunal Supremo, ella no sería reconocida como trabajadora, de modo que, por el momento, Deliveroo no tenía ninguna responsabilidad. Además, aprovecharon de reiterarme que yo tampoco era reconocido como delegado sindical, puesto que tampoco fui trabajador.

Con el tiempo, y en medio de una infinidad de trámites de todo tipo a los que intenta ir caminando con su bastón para no gastar dinero, J.Y. se fue quedando sin ningún ingreso, hasta terminar viviendo de la caridad a la espera de que se regulara su situación.

La sentencia firme llegó recién en mayo del 2021, ratificando la existencia de relación laboral. Cuatro años después de su accidente.

Esta telaraña administrativa que han creado las plataformas, finalmente ha ido tomando cuerpo a través de hechos concretos, generalmente imbuidos en la precariedad, pero a veces difíciles de conectar con las grandes ideologías que los sustentan, y que poco a poco vamos naturalizando como partes integrantes de la trivialidad del día a día. Para el macro-juicio que se debe celebrar en Barcelona entre la TGSS y Amazon, los trabajadores del juzgado deben sacar 4mil fotocopias de un expediente considerablemente grueso, junto con la notificación del juicio y enviársela a cada trabajador afectado. Eso simplemente puede colapsar cualquier oficina. Cuando desde UGT hemos ido a los juzgados de Madrid a preguntar por el “estado de la cuestión”, alrededor de montañas de cajas con los nombres de las plataformas, algunos funcionarios han optado por pedirnos ayuda: “*¿Podemos entregaros una notificación y la escanean para repartirlas entre sus afiliados?*”. El macro-juicio de Glovo en Madrid, por ejemplo, que afecta a 3200 repartidores y está pendiente desde mediados del 2019, en 2021 seguía sin tener fecha de celebración, puesto que las notificaciones aún no habían podido llegar a los repartidores.

Frente legislativo y social: la batalla cultural¹⁰²

Como decíamos, el objetivo de librar la batalla judicial fue poner en discusión la figura del autónomo y las restricciones regulatorias, para desde ahí presionar por un proceso legislativo que legitimara el modelo de las plataformas. Sin embargo, si cuando hablamos del caso francés dijimos que la estrategia de forzar las estructuras puede funcionar, siempre y cuando se cuenten con los apoyos políticos necesarios, en el caso de España el desarrollo de los acontecimientos tomó el sentido exactamente inverso. Aunque es cierto que fueron las propias plataformas las que comenzaron a presionar por una ley que las reconociera, hay que tener en cuenta que aquello fue entre el año 2017 y el 2020, durante el gobierno del Partido Popular al mando de Mariano Rajoy, en el que probablemente preveían vientos favorables. No obstante, cuando a principios del 2020 el gobierno pasó a manos de la coalición entre el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) y Unidas Podemos, y el Ministerio de Trabajo y Economía Social fue comandado por la ministra Yolanda Díaz, quien expresó que las plataformas de reparto serían una prioridad durante su gestión, la disposición del sector hacia el proceso legislativo cambió por completo. Así, cuando en junio de aquel año, tras una polémica reunión con Riders X Derechos, la ministra anunció que convocaría a un diálogo social para regular la actividad, las plataformas comenzaron de inmediato una campaña de presión para entorpecerla y llevarla a su favor, la cual tuvo como punta de lanza a las asociaciones de repartidores pro-autónomos, que habían sido creadas en los años anteriores bajo el objetivo de reforzar y demostrar la viabilidad del Autónomo digital, pero que a partir de aquí cobraron un rol completamente distinto.

De esta manera, ante el peligro de una regulación desfavorable, plataformas y asociaciones sacaron a relucir su lado más ideologizado y temerario, cada vez más cercano a la ultraderecha, lo que dio paso a campañas de miedo entre los trabajadores, amenazas con despidos masivos, desinformación y represión sindical. Todo lo cual dejó entrever una política del todo vale que derivó en una polarización total, llegando a extremos sencillamente violentos: amenazas de muerte, persecución callejera, emboscadas y robo de vehículos.

¹⁰² Parte de este capítulo fue publicado en el informe de UGT: “Análisis de la presión política y social de las plataformas de reparto” (Diez et al., 2021a), disponible en: https://www.ugt.es/sites/default/files/analisis_presion_politica_social_plataformas_reparto-informe_con_autor_0.pdf

Por todo esto, y como será posible imaginar, en esta sección entraremos de lleno en un proceso que se ha desarrollado a través de los modos de lucha y las campañas políticas propias del siglo XXI, que están mediados por el acceso a internet y el acceso a variada e improbable información. Se trata de un terreno en el que el debate ha ido desapareciendo progresivamente y todo tiende a la gestión de comunidades en torno a determinadas ideas con tintes radicales, donde se intentan sentar verdades irrefutables, preferentemente a través de bulos, estadísticas antojadizas y la producción de contenido audiovisual, que se difunde por medios de comunicación directos y “alternativos”: redes sociales o grupos de chat. Aunque no es nuestro objetivo hacer un análisis sobre esta nueva modalidad y sus características, son tácticas que se han hecho cada vez más comunes y que ya hemos podido ver en exitosas campañas políticas a nivel nacional e internacional. En el caso de las plataformas de reparto, hablamos de una trama donde se apeló a que los trabajadores tomaran consciencia de la realidad y salieran a luchar contra la regulación que los precarizaría.

Para abordar el problema, dividiremos esta última parte del análisis en dos secciones: primero, veremos lo sucedido entre el 2017 y el 2021, donde seguiremos el desarrollo de los principales conflictos que prepararon el terreno para el surgimiento de las asociaciones pro-autónomos, además de revisar cómo fue su creación, sus fundamentos, objetivos y relación con la figura del Autónomo digital; a continuación, entraremos de lleno en la campaña de presión contra la regulación, proceso que va desde el 1 de junio del 2020, día en que se anunció que habría diálogo social, hasta el 12 de agosto del 2021, cuando finalmente se publicó la ley en el BOE.

Para comprender todo el recorrido del frente legislativo de las plataformas, entonces, debemos ser capaces de evitar la tentación de establecer causalidades fáciles e intentar distinguir dos líneas de análisis que se van trenzando: por un lado, la campaña abierta de las plataformas, sus prácticas de presión concretas y el discurso que pusieron en escena; y, por otro, la mirada, evaluación y toma de posición de los propios repartidores, quienes a lo largo de estos años se movilizaron en sentidos que podrían parecer contradictorios: primero contra los falsos autónomos y luego contra la regulación que pretendía eliminarlos. Aunque evidentemente hay una relación directa entre ambas, es fundamental

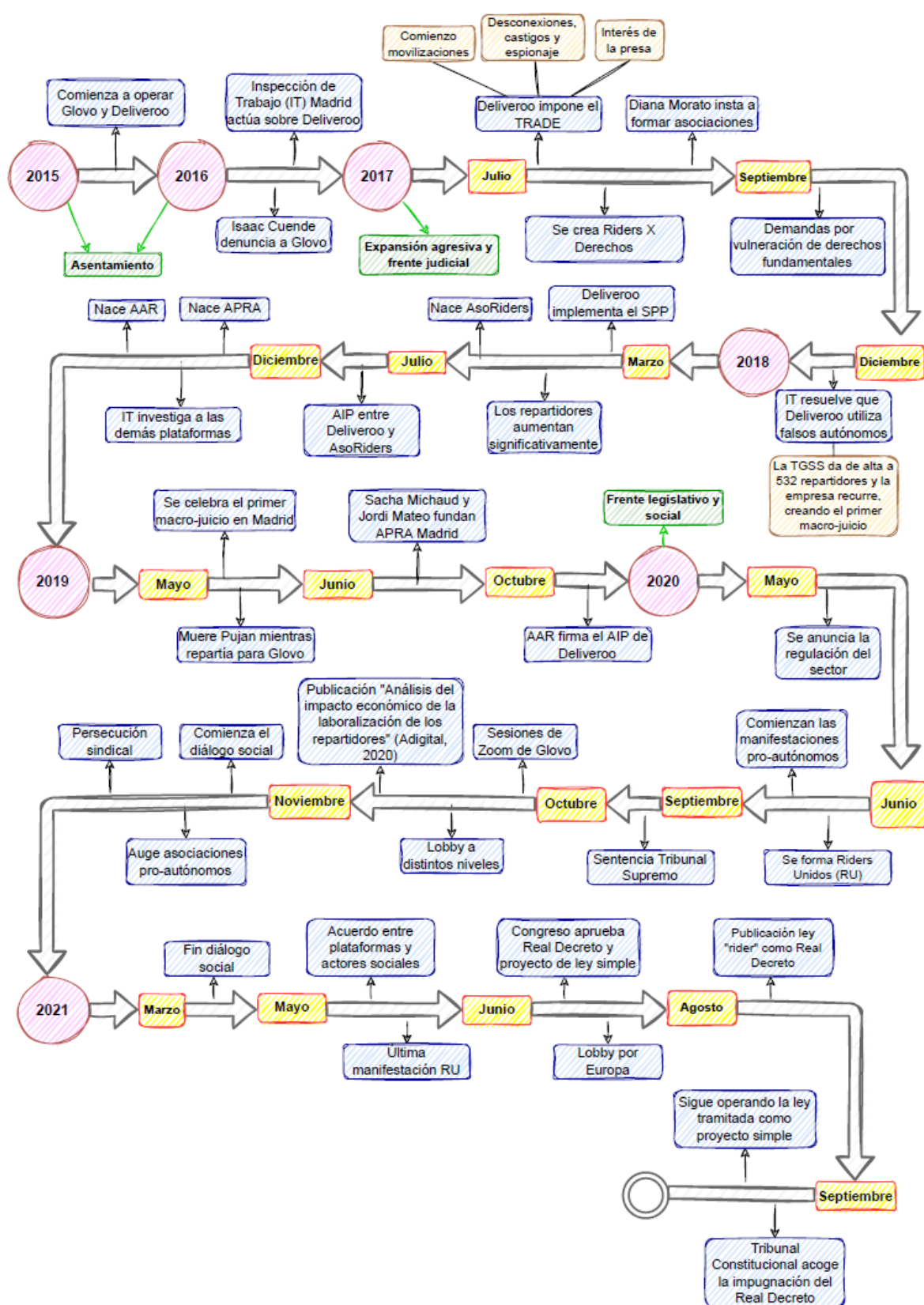
no ser tendenciosos para evitar comprender a la una como exclusiva explicación de la otra.

Por eso mismo, el objetivo fundamental de esta última sección es básicamente realizar el ejercicio de reconstruir y narrar los principales sucesos que han marcado esta historia y ponerlos en el contexto que hemos ido desarrollando a lo largo del trabajo, lo que nos permitirá aterrizar los conceptos, establecer ciertas conexiones y mirar con detenimiento algunos aspectos que a veces no quedan del todo claros en la vorágine del día a día. Así es como podremos descifrar su sentido y ponerlos en su sitio.

Por último, para poder llegar al fondo de todo este camino, que está repleto de fechas y sucesos, vale que nos vayamos guiando por la siguiente línea de tiempo¹⁰³:

¹⁰³ Adjunto también una versión en PDF en Anexos digitales, con el nombre “22. Línea de tiempo - Frente legislativo y social”.

Esquema 9. Línea de tiempo Frente legislativo y social



Fuente: elaboración propia.

1. El nacimiento de las asociaciones pro-autónomos

1.1 La imposición del TRADE y el surgimiento de Riders X Derechos

Verano del 2017

Aunque por aquellos días Inspección de Trabajo acababa de cerrar su primera actuación sobre Deliveroo en Madrid, a causa de una serie de denuncias interpuestas por algunos repartidores, poco tiempo después, cuando ni siquiera se había publicado la acta de infracción con la resolución, la empresa respondió transformando por completo las condiciones de trabajo mediante la imposición del TRADE en todas las ciudades donde operaba, con lo que dio comienzo a su estrategia del desacato y el cambio constante. El nuevo contrato traía consigo una serie de medidas en el modo de trabajar, aunque la más significativa era la modificación en las retribuciones, que pasarían de pago fijo por hora de conexión a pago por pedido entregado, factor que actúa como piedra angular en la organización del trabajo tal como la conocemos. A partir de ahí, comenzamos las movilizaciones de repartidores y las condiciones de trabajo aparecieron por primera vez con fuerza en los medios de comunicación.

En Madrid, al poco tiempo que la plataforma anunciara que todos los repartidores tenían un mes para firmar el nuevo contrato -la experiencia nos demostró que los que no lo hicieron simplemente fueron desconectados-, surgieron las primeras asambleas para organizarnos, que se hacían a medianoche en la plaza de Tribunal, donde había bastante camaradería debido a las largas jornadas y los ratos muertos esperando juntos. El objetivo de aquellas experimentales reuniones nocturnas era tan sencillo como lograr generar una vía de comunicación con Deliveroo e intentar negociar un acuerdo o, dicho de otro modo, que se nos considerara un actor válido al momento de tomar decisiones de ese calibre. Aunque la empresa, anunciando lo que sería su forma de operar hacia adelante, ni siquiera se molestó en contestar a uno solo de nuestros correos y burofaxes. Así es que poco a poco nació una incipiente organización. Primero en Madrid, Barcelona y Valencia, y luego hacia el resto de las ciudades. Y de esas experiencias fue surgiendo Riders X Derechos.

Imagen 5. Afiche creado durante el periodo de movilización¹⁰⁴



Fuente: anónimo.

Con el correr de los días, las asambleas crecieron en participación y se acordaron ciertas acciones destinadas a llamar la atención de los medios y presionar a la empresa a negociar. La primera de ellas fue imprimir una serie de panfletos que denunciaban las transformaciones que vendrían, haciendo hincapié en el riesgo que implica la actividad y la desprotección total en la que nos mantenía el modelo de trabajo.

Es totalmente significativo el contenido de aquellos panfletos, ya que demuestran que en ese momento nadie terminaba de comprender realmente el problema de fondo, pues ni siquiera aparece el término “falsos autónomos”. Si bien su enfoque era de una clara denuncia, todavía no se lograba dar con los conceptos ni las claves para alcanzar a expresar la profundidad y complejidad de la situación.

¹⁰⁴ Como se ve, el afiche utiliza el símbolo antiguo de la empresa y es parte de un conjunto de acciones anónimas que después se agruparían bajo la firma de Riders X Derechos.

Imagen 6. Panfleto movilizaciones¹⁰⁵

Deliveroo Riders en la lucha





105 horas semanales de servicio.
105 horas de trabajo gratuito.
Riders en lucha

¿Conoces las condiciones laborales de los repartidores de Deliveroo?

- No tenemos vacaciones.
- En caso de baja por accidente o enfermedad, no cobramos.
- Nos obligan a trabajar como falsos autónomos.

ADEMÁS, NOS QUIEREN BAJAR EL SUELDO Y OBLIGARNOS A REALIZAR JORNADAS DE TRABAJO SIN NUESTROS HONORARIOS GARANTIZADOS.

"Tus restaurantes favoritos directos a tu mesa". Este es el eslogan con el que Deliveroo vende su servicio de envíos de comida a domicilio en España. Para clientes y restaurantes, la intermediación de Deliveroo es eficiente y barata, pero para que haya podido ser así Deliveroo ha utilizado una inmensa (y cada vez más grande) flota de "riders" que son falsos autónomos: sin vacaciones y cotizando lo mínimo a la seguridad social para poder subsistir con lo que sobra tras pagar la cuota cada mes y el IRPF cada tres meses. Esto tiene como consecuencia nuestra desprotección en caso de baja laboral (las bids y las motos son frágiles, y estamos expuestos en la carretera bajo lluvia o altos grados de calor). Siguiendo este modelo e ignorando la responsabilidad social que deben tener las empresas han conseguido un enriquecimiento sorprendente. La imagen de empresa joven, moderna y activa que vende se ve empañada por las prácticas laborales más obsoletas y que hasta hace no mucho creíamos superadas. Deliveroo, quiere imponernos ahora un nuevo tipo de contrato que logra abaratar aún más sus ridículos costes laborales; y lo peor: lo hace de forma unilateral y sin ningún tipo de negociación ni consulta previa. A partir del 9 de julio pretenden quitarnos el mínimo de dinero asegurado por cada hora (8,6 o 9 euros dependiendo del tipo de vehículo) y obligarnos a trabajar cobrando 4,25 o 4,5 por cada pedido entregado. Este cambio implica que en las horas flojas, cuando estamos disponibles y además, tenemos horarios asignados que cumplir, pero no hay pedidos, estaremos rodando en las calles sin obtener nada a cambio, y cuando decimos nada, nos referimos a cero euros, con cero céntimos más IVA. Los Riders nos hemos organizado y constituimos un colectivo que se coordina primero entre ciudades y estas a su vez entre ellas en todo el territorio nacional. Ayúdanos a que nuestro problema sea un problema público y llegue a los oídos y las miradas de la ciudadanía y de nuestros gobernantes. Reclamamos dignidad y un trato justo. Difunde nuestro mensaje y apóyanos. LOS RIDERS ESTÁN CLAMANDO JUSTICIA EN TUS CALLES!

- más trabajo y menos dinero

- falsos autónomos.
- sin beneficios laborales
- esclavitud moderna.
- sin paro ni prestaciones
- sin seguro.
- Asumiendo todos los riesgos mal pagados
- ambición desmedida
- recortes en los pagos.
- disminución de beneficios.

Fuente: repartidores de Deliveroo movilizados.

El acuerdo era que cada cual saliera a trabajar con panfletos en la mochila y los fuera metiendo dentro de las bolsas de los pedidos antes de entregárselos a los clientes. Y la verdad es que fue un éxito rotundo, ya que de allí surgió una de las primeras notas de prensa que logramos en Madrid. Se trata de una carta enviada por un cliente que, en vez de la pizza que había pedido, recibió nuestra denuncia. Aunque la idea original era poner el papel en la bolsa junto a los pedidos, algún compañero visionario fue un paso más allá y solamente llevó el mensaje. En un pasaje dice así:

Como teníamos hambre y no había pizza, decidimos hincarle el diente a la explotación de los *riders* de Deliveroo, a ver qué tal sabía. (...) una mezcla de ingredientes viejos (abusos horarios, salarios de miseria, y cuerpos a disposición de la empresa como braceros de hace un siglo) pero cocinados con técnicas innovadoras (economía "colaborativa", digital, *startup*, etc.).

¹⁰⁵ Hay que comprender y perdonar el diseño y el mensaje, que dejan totalmente al descubierto que estábamos comenzando. Nótese que tampoco lleva firma.

(...) Por eso al leer los ingredientes del plato nos disgustaron los eufemismos usados por Deliveroo para cocinar su oferta laboral: en vez de "trabaja con nosotros", dicen "colabora con nosotros". No despiden, sino que "desconectan" (...). Al racaneo de no darte ni una mala camiseta, y no digamos ya un seguro de accidente, lo llaman "reparte a tu gusto con tu chaqueta o camiseta favorita". A la disponibilidad total y a merced de la empresa la denominan "horario flexible", sin olvidar la rutinaria apelación a la libertad ("eres libre de elegir cuando repartes"). Y a la ridiculez que pagan la llaman "remuneración competitiva" e "ingresos atractivos" (Periódico elDiario.es, 2017).

Fue a consecuencia de una serie de acciones de este tipo que la empresa intentó tomar el control y dar un golpe de autoridad de la peor forma posible. En una muestra de mala conducción política, aunque confirmando su disposición a dar el puntapié inicial a la batalla judicial, comenzó a perseguir a los cabecillas del movimiento. Incluso, Marta, nuestra entrevistada, que en aquel entonces trabajaba en el equipo de Soporte, en la grabación me confesó que la dirección enviaba gente a nuestras asambleas para identificar a los líderes y desconectarlos. Sin justificaciones, preavisos ni nada parecido. Lisa y llanamente, un día los repartidores intentaban entrar en la aplicación para trabajar y no podían abrir su sesión. El argumento por excelencia en las desconexiones a cualquier tipo de repartidor movilizado es por haber actuado de "mala fe". Dejo aquí un ejemplo:

Captura de pantalla 10. Correo Deliveroo comunicando Cese de colaboración



Fuente: facilitada por el afectado.

Así las cosas, y dado que Deliveroo se decidió a intentar frenar las movilizaciones demostrando que tenía el control de la actividad, el ambiente estuvo marcado por el miedo a que la empresa te identificara y desconectara sin previo aviso. De hecho, durante aquel corto periodo hubo por lo menos veinte compañeros y compañeras que fueron desconectadas. Además, la empresa ofreció jugosos bonos por trabajar en determinadas horas y comenzó a generar vínculos con algunos repartidores que los mantenían informados sobre lo que ocurría en la calle y los grupos de chat.

Dada la represión que comenzamos a sentir y el poco asesoramiento que teníamos, pues en ese tiempo el tema no tenía la repercusión mediática y política actual, la decisión en Madrid fue sumarnos a la medida, comandada por los compañeros de Barcelona, de hacer una huelga a nivel estatal. Para ese entonces, la comunicación entre los repartidores de todo el país era más fluida y habíamos logrado articular una estrategia conjunta: el

domingo 2 de julio, en el turno de las cenas, de 20 a 23pm -que es la parte de la semana con mayor carga de trabajo-, nos juntaríamos en el principal punto de cada ciudad y nos conectaríamos a la aplicación para desconectarnos al momento siguiente, todos al mismo tiempo. Era una forma de dejar un rastro en la plataforma y mandar un mensaje: “Aquí estamos, pero no vamos a repartir”.

Imagen 7. Afiche huelga¹⁰⁶

HUELGA DELIVEROO DOMINGO 2J 20-23H

El pasado 25 de mayo, el personal repartidor de Deliveroo, riders como nos llama la empresa, le planteamos 7 peticiones para hacer de nuestro trabajo un trabajo digno del cual poder vivir. Pagando cuota de autónomo, impuestos y gastos necesitamos que Deliveroo nos garantice una jornada semanal mínima. Pedimos una redistribución de las ganancias de esta actividad que nos permita vivir de ella pues hacemos una parte imprescindible del trabajo y que conlleve riesgos. Desde entonces Deliveroo ha tratado de dividirnos, ha evitado el diálogo con el colectivo de riders y su última respuesta ha sido anunciar que nos empeorará las condiciones.

Deliveroo había acordado verbalmente con cada rider que garantizaba el pago mínimo equivalente a dos pedidos por hora trabajada. El 9 de julio pretende dejar de pagar de esta forma. Ahora pasará a pagar solamente por pedido entregado mientras que nos sigue exigiendo que cumplamos con la disponibilidad horaria que la empresa nos asigna. Esto significará que habrá horas de trabajo sin pedido por las que no cobraremos nada.

Por ello el próximo domingo 2 de julio, en la franja de 20h a 23h habrá huelga de riders a nivel estatal para que deliveroo nos garantice sueldo mínimo por hora de trabajo y una jornada de 20h semanales. Se paralizará el reparto de pedidos.

APRECIADOS RESTAURANTES Y CLIENTES

Con este mensaje nos queremos dirigir a los restauradores y clientes a quien los riders visitamos a diario con mucho gusto para informar-les de las razones de la huelga, buscando su comprensión y les invitamos a solidarizarse. Un buen servicio depende de un personal en buenas condiciones. **Invitamos a los clientes a que no pidan el día de la huelga, en solidaridad, y dado que es posible que su pedido nunca llegue.**

Durante la huelga creemos que **lo mejor para los restauradores es no aceptar pedidos de Deliveroo, mostrarse cerrados hacia la aplicación, porque con la paralización del reparto bien podrían preparar platos que no lleguen a servirse perjudicando su negocio y a sus clientes.**

Gracias por su comprensión, restamos a su disposición para aclarar cualquier duda y responder toda pregunta que nos quieran hacer llegar. Pueden contactar-nos al correo ridersxderechos@gmail.com o a través de las redes sociales.

**DOMINGO 2J: NO COMPRES, NO VENDAS,
NO EXPLOTES.**



@ridersxderechos



@ridersxderechos



/Plataforma Riders X Derechos



Este código QR es un enlace a una entrevista de TV3 a los riders que explica las peticiones a Deliveroo. Su respuesta ha sido empeorar aún más las condiciones de los riders.



Fuente: Riders X Derechos.

¹⁰⁶ Afiche difundido entre repartidores y restaurantes. El código QR todavía funciona. En la entrevista aparece Nuri y Oriol, dos miembros de Riders X Derechos Barcelona. Con los años -y quizás desde un comienzo-, Nuri se transformó en la cabeza de la organización a nivel nacional. Al momento de constituirnos como Asociación, la nombramos presidenta.

Fotografía 9. Huelga repartidores de Deliveroo, Madrid



Fuente: tomada por Laura Calvo, exrepartidora y primera líder del movimiento en Madrid.

La convocatoria no fue la que esperábamos, en parte también porque la empresa había sabido mover sus fichas: puso los descuentos pertinentes a los clientes, los bonos correspondientes a los repartidores y con ello logró construir un muro entre la necesidad de ganar dinero y la posibilidad de luchar por condiciones dignas y legales. A pesar de ello, durante las horas de huelga logramos colapsar la aplicación en varias zonas del país, entre ellas Madrid.

En los días posteriores a la huelga, la sensación era que cada vez más repartidores se habían resignado a la nueva idea de ser TRADE, con todo lo que eso significaba. Había miedo a manifestarse y arriesgarse a la desconexión. Dada la situación, para muchos compañeros la mejor opción era adecuarse a las nuevas condiciones y luchar por conseguir el máximo dinero posible.

Todos estos sucesos crearon un interés creciente de los medios de comunicación por el trabajo de los repartidores y el manejo de las plataformas. De un momento a otro, durante cada jornada la plaza de Tribunal comenzó a llenarse de cámaras de televisión y periodistas intentando entrevistarnos. Aunque por ese entonces la capacidad de organización estaba decayendo notoriamente, aquello nos permitió mantener el tema en el centro del debate. Si bien la tendencia de los periodistas era enfocar el problema desde

un sensacionalismo contraproducente, por lo menos cubrían cada vez más nuestra situación y el asunto causaba revuelo, así que pudimos mantener vivo el movimiento durante un tiempo más. Todo lo cual, por otra parte, generó cada vez más divisiones entre los repartidores. Además, una de las consecuencias de la represión ejercida por la empresa fue que logró generar miedo entre los movilizadores, y como la gran mayoría éramos extranjeros y sencillamente no podíamos quedarnos sin trabajo de un día para otro, hubo muchos que comenzamos a quedarnos callados. Una prueba inequívoca de ello es que, todavía hasta el día de hoy, los repartidores que denuncian las condiciones en medios de comunicación aparecen de espaldas a la cámara, con el rostro pixelado o bajo seudónimos. Yo mismo, sin ir más lejos, al comienzo daba entrevistas sin mostrar la cara y bajo nombres inventados. Por ejemplo, en un reportaje del *diariovasco.com*, que el periodista tuvo la amabilidad de titular “Mi empresa es mi cuerpo”¹⁰⁷, digo que me llamo Néstor Raúl y que soy argentino¹⁰⁸, cuando en verdad me llamo Felipe y soy chileno. El otro nombre que utilizaba con frecuencia era José Arcadio Buendía, por Cien años de soledad.

Para que quede claro el nivel de control que ejercía Deliveroo en este aspecto, cuento una pequeña anécdota. Cuando todo este asunto recién estaba comenzando, una vez cometí el “error” de dar una entrevista en plena plaza de Tribunal, al frente de todos mis compañeros, entre los que había algunos que apoyaban la movilización, otros que no y también aquellos que mantenían a la empresa informada de lo que sucedía entre nosotros, pero eso todavía no se sabía bien. Tras finalizar la grabación y empezar el turno para trabajar, fui el único repartidor al que no le entró ni un solo pedido durante toda la jornada. Pasé buena parte de la tarde y de la noche sentado solo en la plaza esperando para trabajar, mientras todos mis compañeros daban vueltas por la ciudad haciendo pedidos. Mandé correos, llamé por teléfono a la empresa y escribí por el chat, pero nadie me contestó. Estaba realmente asustado, porque ya veía que me desconectaban. Después, hablando con mis compañeros, me dijeron que esa noche había sido de las buenas, que pedidos no faltaban¹⁰⁹. Lo interpreté como una advertencia.

¹⁰⁷ Fue en esa entrevista cuando se me ocurrió titular así a la investigación.

¹⁰⁸ Néstor Raúl Gorosito, el “Pipo”, es un exjugador de fútbol argentino que durante los 90 pasó por el equipo del cual soy hinch, la Universidad Católica, transformándose en mi ídolo de niño. Disponible en: <<https://www.diariovasco.com/economia/trabajo/empresa-cuerpo-20180120103654-ntrc.html>>

¹⁰⁹ El reportaje está disponible en: <<https://www.youtube.com/watch?v=YaI-9s-PVps>>

Sea como sea, aquí Riders X Derechos tomó un protagonismo inesperado. En Barcelona, nuestros compañeros habían establecido una organización bastante sólida. Se articularon a través de la Intersindical Alternativa de Catalunya (IAC) y contaban con mayor adhesión y legitimidad por parte del resto de los repartidores. El resto de las ciudades nos acoplamos a eso, al tiempo que intentábamos crear la misma estructura mediante diferentes sindicatos. Por eso Riders X Derechos se define como una “plataforma sindical” y su modo de organización ha llamado la atención, porque es una formación independiente y transversal, con miembros afiliados a diversos sindicatos. Esto quedó claramente reflejado en el macro-juicio de Madrid, donde los repartidores afectados estuvimos representados por la UGT, CNT, CCOO, CGT y el colectivo Ronda. El objetivo siempre ha sido aprovechar las estructuras de los sindicatos, pero manteniendo nuestra autonomía, al tiempo que intentamos expandir la organización sobre un tema que consideramos fundamental. Un asunto que por momentos ha causado algunas molestias y se ha prestado para todo tipo de interpretaciones.

El tema es que, a partir del interés creciente de la prensa y la organización entre distintas ciudades, Riders X Derechos logró ganar presencia y marcar el mensaje, diagnóstico y las reivindicaciones de los repartidores. Tal como nos dijo el secretario de Estado en una reunión que mantuvimos en 2021, el movimiento había construido el relato mediático y la idea generalizada sobre las condiciones de trabajo en plataformas. Punto fundamental para lo que vendría más adelante.

Todo este escenario, sumado a la incipiente aparición de algunos sindicatos y partidos políticos, permitió que la presión sobre la empresa cobrara una fuerza insospechada y se extendiera más allá de lo esperado.

2. La respuesta de Deliveroo y el nacimiento de las asociaciones pro-autónomos

Finales del 2017

En ese entonces, la cabeza de la compañía en España era Diana Morato, famosa por llevar adelante la expansión de la empresa en el país, aparecer en la prensa defendiendo el modelo, asegurar que estaba en los márgenes de la ley y repetir constantemente que los repartidores gozaban de mayores beneficios que cualquier asalariado, además de que ganaban más dinero (Morato, 2017).

A raíz de las movilizaciones, y dado que Valencia fue una de las ciudades donde más creció y se arraigó el movimiento de repartidores, Diana Morato fue hasta allá y decidió citar a algunos de los cabecillas, miembros del naciente Riders X Derechos, a una reunión en las oficinas. Les dijo que ella entendía sus preocupaciones, pero que también ellos debían comprender que se trataba de un modelo novedoso. Habló de las ventajas de ser autónomo, de las trabas que ofrece la relación salarial, de que el modelo era legal y no iba cambiar, y que el objetivo de la empresa era ofrecer un trabajo flexible. Entonces, llegó a la conclusión de que podían negociar ciertos asuntos, como algunas coberturas, pero sin entrar en las dinámicas de las relaciones laborales ni en la representación sindical, ya que esto se trataba de una relación mercantil. Finalizó concluyendo que podían encontrar una estructura intermedia, algo así como una asociación de repartidores autónomos que negociara con la empresa.

Claramente no sabía que la conversación estaba siendo grabada. El audio, que se difundió por algunos grupos de chat de repartidores, da enormes pistas sobre lo que vendría después. En aquella época, 2017, Diana ya dejaba entrever el plan sobre cómo debía ser la representación de los “nuevos trabajadores”¹¹⁰:

- **Diana Morato:** Yo sé que los sindicatos son muy necesarios, también creo que puede haber otras cosas que puedan estar relacionadas o no con los sindicatos, que son necesarios de cara a mantener la relación sindical en asuntos laborales. Y no sé cómo llamarlo, pero en este caso una especie de sindicato para relaciones mercantiles. Al final, lo dicho, vamos de frente, y que estén representados, en suma, me parece muy bien. Lo que yo no entiendo es porqué desde el punto de vista de los sindicatos. Si lo que queréis es realmente ganar mejores condiciones para las personas, pienso yo que lo lógico sería crear algo que permita que exista ese diálogo. Porque si tú quieres algo... (...)

Todo lo que os decimos es: nosotros estamos convencidos de que la forma en que queremos trabajar y que más se ajusta a la forma en que trabajamos y la mejor para todos es el modelo de autónomo. Si vosotros dentro de eso,

¹¹⁰ Adjunto el audio en los Anexos digitales con el nombre “23. Audio Diana Morato”. La transcripción fue publicada en el informe de UGT “Análisis de la presión política y social de las plataformas de reparto” (Diez et al., 2021a).

sindicato o alguna formación, no sé; si vosotros dentro de eso sólo aceptáis y queréis ver de qué forma podemos tener conexiones dentro de todo lo que sea legal... (...)

Pero lo que no podemos es aceptar un modelo de negocios que haría que nosotros cerráramos. (...) O sea, que si vosotros queréis más derechos y aceptáis y entendéis que el marco es ese, nos vamos de copas juntos, porque hay un montón de cosas que nosotros también queremos hacer y que no podemos hacer.

Queda totalmente clara la postura de la empresa y las condiciones que impuso: sólo negociaría en el escenario de que los trabajadores asumieran y defendieran el modelo de autónomos. Lo importante de esto es que fue incluso antes de que se publicara la primera acta de infracción, que hubiera cualquier sentencia y cuando recién el tema estaba empezando a cobrar fuerza en los medios de comunicación. En ese contexto, Deliveroo ya se movía en los marcos de la flexiguridad (Crespo y Serrano, 2012) para buscar legitimarse entre los propios repartidores y prepararse para lo que *sabía* que vendría. Esto es fundamental, porque por aquellos momentos, y tal como dijimos más arriba, había un sector importante de los repartidores que todavía no terminaba de entender el conflicto ni qué derechos podía reclamar. El problema de los falsos autónomos era totalmente desconocido para muchos repartidores inmigrantes, aun cuando, sin saberlo, nos estábamos transformando en el nuevo ejemplo mundial de dicha estrategia empresarial. Además, y por otra parte, vuelve a confirmar que la batalla judicial y legislativa no fue un escenario con el que se fueron encontrando de sorpresa, sino que formaba parte de un plan de acción.

En la grabación de aquella reunión se puede ver cómo entran a escena las medidas de presión que con el tiempo se han vuelto recurrentes: amenazar con cerrar, reclamar apoyo de los propios trabajadores, buscar acuerdos al margen de la ley para presentar hechos consumados o argumentar que la regulación les prohíbe ofrecer más garantías y seguridades. Todas tácticas que se han repetido constantemente en los distintos países¹¹¹.

¹¹¹ Dejo aquí dos ejemplos, disponibles en:

- <https://elpais.com/economia/2018/07/14/actualidad/1531580527_819967.html>
- <<https://www.lavanguardia.com/economia/20210322/6604017/cofundador-glovo-acusa-barcelona-actitud-anti-tecnologia-ve-falta-apoyo-administracion.html>>

Sin embargo, la “propuesta” de Diana Morato no fue tomada en cuenta por el grupo de repartidores. Así, y como además estaban afiliados a la Intersindical Valenciana, la empresa no volvió a considerarlos interlocutores válidos y simplemente dejaron de responder a sus llamadas.

2.1 AsoRiders, la primera asociación pro-autónomos

Año 2018 – Inicio de la Expansión agresiva

Para finales del verano las huelgas habían cesado y las transformaciones se impusieron de todos modos, dejando a una serie de trabajadores en la calle por haberse organizado y al resto con el temor de volver a intentarlo. Ahí comenzó el camino de Deliveroo para demostrar a la administración y la sociedad que sí existía una forma de representación y diálogo con los repartidores, que permitía negociar acuerdos sin alterar las condiciones de la actividad. O bien, dicho en otras palabras, que las plataformas de reparto estaban generando sus propias formas de representación y negociación para los trabajadores.

Poco tiempo después, durante los primeros meses del 2018, Deliveroo inició su expansión agresiva. Para ello, gracias a que las nuevas condiciones impuestas le permitían pagar sólo por tarea cumplida, inundó las calles con nuevos repartidores luchando minuto a minuto por hacer pedidos; al mismo tiempo, mientras la competencia se intensificaba, puso en marcha el Sistema de Planificación Propia (SPP) y la tarifa variable, que significó un verdadero recambio de personal sin despedir a una sola persona. Con este doble movimiento, un porcentaje importante de los repartidores más antiguos fueron quedando cada vez más rezagados en la competencia y muchos debieron buscar nuevos rumbos. Fuera esa la intención o no, lo concreto es que la empresa se libró de gran parte de los repartidores que pocos meses antes habían intentado movilizarse.

Una vez que los cambios ya habían sido implementados y los mecanismos ya funcionaban, Deliveroo anunció la medida que iniciaría lo que sería el frente legislativo de las plataformas: la creación de la Asociación Española de Riders Mensajeros - AsoRiders-. Se trata de una organización formada por repartidores que contaban con la garantía de mantener comunicación directa y una relación fluida con la empresa, pues compartían la misma visión sobre la actividad.

Al mismo tiempo que se hacía el irregular recambio de personal, los empleados de las oficinas llamaban a los repartidores para que se afiliaran a la asociación, promocionándola a través de la promesa de más horas para trabajar, vacaciones garantizadas y no penalizadas -aunque no pagadas- y otras mejoras en las condiciones de trabajo. Como suele ocurrir, entre los repartidores de aquel entonces conversábamos sobre la situación, y había muchos que, tras la experiencia de las desconexiones por las huelgas y el endurecimiento de las condiciones con el SPP, preferían pasar desapercibidos y terminaban aceptando pagar la cómoda cuota de afiliación de 2€ mensuales, que se descontaban directamente de las facturas emitidas por la propia empresa.

Luego de unos pocos días en que el número de afiliados ya rondaba las doscientas personas, el siguiente paso fue legitimar el diálogo entre Deliveroo y AsoRiders de cara a la comunidad, para lo cual firmaron un Acuerdo de Interés Profesional (AsoRiders y Deliveroo, 2018).

Este primer acuerdo, anunciado con bombos y platillos en la prensa¹¹², en realidad consagró varias desigualdades del modelo de trabajo, que ahora fueron consentidas por una asociación de trabajadores, marcando claros retrocesos en el camino por conquistar la plenitud de los derechos laborales. Entre otras cosas, impuso la condición de que sólo se podría acceder a una indemnización por cese de contrato si se acepta previamente una mediación que no sea bajo la tutela de los organismos oficiales, dejándola en tan solo 25 días, cuando el Estatuto de los Trabajadores marca que deben ser 33. Por otra parte, algo que es un derecho de los trabajadores, como recibir el uniforme para realizar la actividad, en el AIP aparece como un acuerdo comercial a través de una serie de descuentos para prendas de vestir con el logo de Deliveroo, que ahora se podrían comprar a partir de 1€ en la plataforma. Todo esto, sin dejar de tener en cuenta que sólo los afiliados a la asociación podrían optar a vacaciones o ventajas en la asignación de horarios.

Fue en ese contexto que, ante los constantes cambios y la inseguridad creciente por las llamadas de la empresa, surgió aquella reunión a medianoche, marcada por la informalidad, entre un grupo de repartidores y el entonces coordinador de operaciones, Darío Álvarez, en la que tuve la oportunidad de participar. Por esos días, un sector

¹¹² Dejo aquí un ejemplo, nuevamente de elEconomista, disponible en:
<<https://www.eleconomista.es/economia/noticias/9275843/07/18/Deliveroo-firma-un-acuerdo-con-aso-riders-para-incrementar-la-flexibilidad-y-la-seguridad-laboral-de-sus-trabajadores.html>>

importante veía con malos ojos el surgimiento de AsoRiders y desconfiaban de su relación con la empresa, de modo que no dudamos en sacar el tema. A la luz de los años, las respuestas que Darío dio en aquel momento hacen todo más claro. Dejo un pequeño resumen sobre esta parte de la reunión:

- **Felipe:** Falta otro punto importante que hablar, que es AsoRiders
- **Darío:** Pero, tío, si vosotros conocéis a la gente de AsoRiders
- **Repartidor 1:** No, no conocemos ni a la gente...
- **Repartidor 2:** AsoRiders es una asociación que nos va a proteger de lo que ellos mismos nos van a hacer
- **Felipe:** ¡Escuchemos, que esto es súper importante! ¿De dónde salió AsoRiders, a quién se le ocurrió? Darío, hermano, ¿a quién se le ocurrió?
- **Darío:** Yo no estaba, no sé
- **Felipe:** Pero es que tú conoces bien, porque aquí hay desinformación
- **Darío:** Son un grupo de gente que llevan, algunos de ellos, como dos años trabajando con Deliveroo y están contentos por cómo están y les gustaría seguir manteniendo la forma que tienen con Deliveroo, pidiendo más y más cosas
- **Felipe:** ¿Y las llamadas, por ejemplo, a los repartidores para que se hagan parte de AsoRiders?
- **Darío:** Para informarles sobre si... eh... si lo conocen...
- **Felipe:** ¿Y los beneficios, las vacaciones...?
- **Darío:** Sí, tío, pero por qué no lo vamos a hacer, por qué no les vamos a decir que hemos llegado a un acuerdo con esta gente. Si lo quieres hacer, sí, si no lo quieres hacer, ya está.
- **Felipe:** Pero, entonces, no fue una acción autónoma de un grupo de repartidores...
- **Darío:** Sí...
- **Felipe:** Pero que promueve la empresa...
- **Darío:** No, tiene un acuerdo con la empresa. Entonces, la empresa quiere que todo el mundo conozca que eso existe...
- **Felipe:** Y que tenga beneficios, vacaciones, seguros... La empresa promueve que los repartidores entren a AsoRiders

- **Darío:** Sí, la empresa promueve informar de que se ha llegado a un acuerdo con una asociación de riders.
- **Felipe:** O sea que lo promueve, es lo mismo, da beneficios por entrar. Es que a mí, por ejemplo, lo que me preocupa de eso es el tema de las demandas, porque es todo a través de AsoRiders, es una forma que la empresa...
- **Darío:** ¡¿Qué dices?! ¡¿Pero tú eres partes de AsoRiders?! Si lo fueras, podrías ir a la demanda de diciembre con tu abogado personal (se refiere a la primera fecha para el macro-juicio de Madrid, que finalmente se postergó para mayo del año siguiente). O sea, estar en AsoRiders o no...
- **Repartidor 1:** A nivel legal se gana, porque cuando tú lees las condiciones de AsoRiders, está prácticamente pidiéndonos hacer un pacto con el diablo en cuanto a la condición de autónomos de cara al juicio...
- **Darío:** AsoRiders es un grupo de gente que quiere seguir siendo autónomos
- **Repartidor 1:** Sí, eso lo tengo claro
- **Felipe:** Todos quieren seguir siendo autónomos bajo su punto de vista
- **Darío:** No, no, no, no. Hay gente que quiere ser asalariado, por las circunstancias que sean. Y, segundo, si tú quieres estar en AsoRiders y no quieres tener ningún tipo de obligación legal, con ninguna cosa que haga AsoRiders, te vas tan fácil que como entras
- **Repartidor 1:** No, no, si es otra cosa. La representación legal no va nunca asociada a esa figura. Pero sí puede ser que te represente en un juicio. Y en un juicio tú puedes ser sacado y te pueden decir: “Bueno, pero entonces ¿por qué tú firmaste esto de AsoRiders, afirmando que tú te consideras autónomo?”
- **Darío:** Pero ¿qué hago si hay gente que quiere seguir así?
- **Felipe:** Pero me estás mintiendo, mirándome a los ojos. De verdad, siento que me estás mintiendo, mirándome a los ojos
- **Darío:** ¿Pero qué mentira te digo? Monta tú una asociación, ven y proponme algo razonable, que esté acorde con lo que yo te propongo, y sigamos en ello.
- **Repartidor 2:** Sí, porque huele muy mal. Porque AsoRiders huele muy mal y le intentamos buscar la explicación a AsoRiders, que de repente sale de la nada y que parece es como...
- **Felipe:** ¡Firmando Acuerdos de Interés Profesional!

- **Repartidor 3:** Entonces, todos creemos que se lo inventa Deliveroo y va acorde con su línea (...)
- **Martino Corregiari**¹¹³: De cara a un juicio, el hecho de que Deliveroo tenga un convenio con una asociación donde están inscritos quinientos repartidores, porque la empresa ha promovido la inscripción, es un elemento en el juicio muy importante de cara a la sentencia.
- **Darío:** Que se pueden hacer representar de manera personal en el juicio. Y, segundo, que en el juicio de los quinientos treinta y dos, que hay en Madrid, ¿cuántos ya no están en Deliveroo?
- **Martino Corregiari:** ¿Y por qué?
- **Darío:** Bueno, pues ya está, esos nunca van a estar en AsoRiders.
- **Martino Corregiari:** Se llega a un juicio porque un grupo de repartidores ha puesto una denuncia en la Inspección de Trabajo y no están ahí porque han sido despedidos, desconectados, etcétera.
- **Darío:** AsoRiders se monta ahora y la gente que está en AsoRiders, los doscientos que puede haber en AsoRiders, igual cien no estaban en esa época, o sea tan poco es tan trascendental¹¹⁴.

A pesar de las palabras de Darío, y tal como el tiempo lo demostró, todo esto era una estrategia de cara al comienzo de la batalla judicial que la empresa se disponía a asumir, que tenía como punto de partida el macro-juicio en Madrid frente a la Tesorería General de la Seguridad Social. Como es evidente, promover mejores condiciones de trabajo por entrar en la asociación, mientras se empeoran progresivamente las del resto, no era una acción desinteresada. El objetivo era que los repartidores afiliados a AsoRiders representaran una evidencia frente al juez de que la mayoría quería seguir siendo autónomo. Una estrategia que sin duda encontró terreno fértil.

¹¹³ Uno de los fundadores de Riders X Derechos Madrid.

¹¹⁴ He aquí una prueba inequívoca del cerco que las plataformas intentaron construir frente a los repartidores que se habían movilizado.

2.2 El macro-juicio de Madrid

Mayo del 2019

Vale detenerse en lo que sucedió durante aquel juicio para rescatar algunos detalles.

Luego que la plataforma lograra aplazarlo una vez, la cita quedó agendada para el 31 de mayo a las 10am, en el juzgado de lo social N°19 de Madrid. El juicio duró más o menos desde las 12pm hasta las 20pm y el lugar estaba repleto. Llegó toda la prensa, repartidores antiguos, personajes de partidos políticos, gente de los sindicatos y el personal más importante de la empresa. Había muchísima expectación.

En la sala la escena era la siguiente: a la derecha del juez había seis abogados: uno de la TGSS, cuatro de los respectivos sindicatos y una del colectivo Ronda; y a su izquierda tres: los de Deliveroo: Román Gil, del reconocido bufete Sagardoy, y el antiguo jefe Provincial de la Inspección de Trabajo de Madrid, Jorge Travesedo Dasí; además de la abogada de AsoRiders, del bufete RB Legal.

Aquel día quedó claro que AsoRiders había sido creada por Deliveroo para legitimar su modelo. Desde un principio la estrategia de la empresa fue desacreditar expresamente la actuación de Inspección de Trabajo, alegando que había un claro sesgo político y una intención de quedar bien frente a los medios de comunicación, que se habían hecho eco del asunto desde la ignorancia. Para demostrar la verdadera autonomía de los repartidores, llevaron de testigos a algunos que aseguraban hacer 70 horas semanales y dar trabajo a más personas¹¹⁵. El objetivo era buscar la nulidad del acta de infracción, esgrimiendo además que la inspectora, María de Mingo, había prestado escasa atención durante la investigación a varios trabajadores que quisieron hablar con ella.

Cuando fue interrogada por esta situación, la Inspectora explicó dos hechos determinantes. Primero, todos los repartidores que declararon para el proceso habían sido citados en una fecha específica, sin embargo, algunas personas habían declarado una cosa y tiempo después insistieron en cambiar en su versión. Y, segundo, hubo repartidores que se acercaron a la Inspección de Trabajo de Madrid, fuera del plazo indicado, preguntando por la inspectora para intentar prestar declaración.

Muchos de ellos eran parte de los primeros miembros de AsoRiders, y tuvieron un papel destacado en la fase de interrogatorio. Como era de esperar, declararon sentirse

¹¹⁵ ¿Serían cuentas en alquiler?

autónomos y pequeños emprendedores, e incluso uno aseguró ganar alrededor de siete mil euros mensuales (un sueldo de gerente). Además, ante las constantes preguntas del juez, hubo otro repartidor que, quizás sin darse cuenta de lo que estaba haciendo, explicó a toda la sala que la cuota de AsoRiders es tan baja porque no cuentan con un local, pues para reunirse simplemente piden una sala en las oficinas de Deliveroo. De hecho, la dirección de la sede social de la asociación es Conde Xiquena 9, exactamente en las oficinas del bufete RB Legal, así que es difícil que se reúnan allí. En otras palabras, sólo es posible acudir a una reunión de AsoRiders en las dependencias de Deliveroo, bajo la atenta mirada de los jefes.

A pesar de que el papel de AsoRiders en el juicio no logró ser preponderante y que por momentos su puesta en escena resultó algo incómoda, de todos modos pasó a cumplir un papel fundamental en el plan de legitimación de Deliveroo, transformándose en el ejemplo que seguiría el resto del sector.

3. Los fundamentos de las asociaciones pro-autónomos

Año 2019

Siguiendo los pasos de Deliveroo, que por aquel entonces era la empresa que parecía ir a la cabeza en cuanto a visión y estrategia política del sector, la apuesta del resto fue utilizar la figura de las asociaciones para intentar dar fundamentos sólidos al proyecto del Autónomo digital, que debía estar respaldado precisamente por un nuevo modo de representación y negociación acorde a los nuevos tiempos, que fuera más horizontal y flexible. El objetivo, como sabemos, era articular un discurso que pudiera tener la fuerza necesaria para luchar contra la regulación laboral y demostrar que el trabajo en plataformas era una realidad contundente, que requería de una regulación propia. Por tanto, al tiempo que en el plano judicial se iba desarrollando el argumento de la inseguridad jurídica y sus prácticas temerarias asociadas, en el plano legislativo se fue articulando toda una propuesta disruptiva.

Así pues, en abril del 2019 la patronal Adigital publicó su informe, nombrado bajo el simbólico título de “Propuesta normativa en materia de trabajo en plataformas digitales” (Adigital, 2019). El objetivo del texto es dar una explicación al conflicto que ha generado la irrupción de las plataformas y proponer una solución. La cuestión de fondo es atacar el

problema principal, que no sería otro que la resistencia para adaptar el marco regulatorio a las nuevas formas de trabajo. Por tanto, comienza dejando en claro que:

“han aparecido grandes dificultades, como es el caso de **España**, en los que existe una importante **disonancia entre el estatus jurídico que poseen los trabajadores de plataformas (autónomos), y la restrictiva interpretación de la regulación laboral que lleva a que se les pretenda clasificar como trabajadores por cuenta ajena**” (Adigital, 2019: 2, negritas en el original).

Ya revisamos la serie de datos que se plantean para demostrar el impacto positivo de las plataformas en la economía del país, la caracterización que hace de los repartidores y el análisis de los beneficios que el modelo otorgaría a sus vidas. No obstante, una vez desplegado aquel escenario, empieza una sección destinada a desmentir algunos de los mitos que se han creado sobre el trabajo de los repartidores y sus condiciones, titulada: “Los 5+1 mitos (y verdades) en torno a las plataformas digitales” (Adigital, 2019: 9). Allí, entre otros, desmenuza el mito de la dependencia laboral, el cual entra en abierta contradicción con la flexibilidad de la que gozan los repartidores, donde pueden trabajar con varias plataformas a la vez; el de la precariedad, que no se condice con que los ingresos medio por hora estén entre los 8€ a 11€, más del doble de lo acordado en el convenio colectivo de reparto de productos cocinados; y el de los falsos autónomos, ya que incluso en los márgenes de una ley antigua y que no está preparada para dar cabida a nuevas formas de trabajo, hay sentencias contradictorias. De esta manera, concluye que la evidencia demuestra una inseguridad jurídica indelible en el país, haciendo claro que “El problema, por tanto, no es tanto el de encontrar una unívoca solución jurídica, sino política” (Adigital, 2019: 11).

Tras ello, para dar paso a su propuesta, sigue la misma secuencia argumentativa que ya hemos visto: primero expone el caso francés y su controversial Ley de movilidad, como ejemplo de un país que ha sabido dotar de seguridad jurídica a las empresas; y finalmente explica que la creación del Autónomo digital sería la figura indicada que permitiría asegurar mayores protecciones y derechos para los trabajadores de plataformas en España, lo que significaría un paso hacia adelante en materia política y legislativa para adecuarse a los nuevos tiempos.

Para complementar la propuesta de la patronal, en diciembre del mismo año el *Think Tank* Digital Future Society, apoyado por la financiación del Ministerio de Asuntos Económicos, Red.es y el Mobile World Capital, elaboró un informe titulado “El futuro del trabajo en la era digital: El auge de las plataformas laborales” (Digital Future Society, 2019). Contó con la participación de varios investigadores y un grupo de expertos, entre los que destacan Carlota Marzo, encargada de Políticas Públicas de Glovo, y Albert Cañigüeral, miembro de un comité asesor de Glovo y autor de *El trabajo ya no es la que era* (2020), que ya hemos analizado.

El presupuesto fundador del texto es básicamente el mismo que el que sostiene Cañigüeral en su libro, es decir, que el mundo del trabajo, tal como lo hemos conocido, habría vivido una evolución natural y que actualmente nos encontramos en la fase de desmoronamiento, tanto de sus reglamentos como de sus instituciones, de modo que todos los conflictos que estamos presenciando no son más que el surgimiento de un nuevo orden. Se da por sentado que la relación laboral agotó su vida útil y que el futuro del trabajo radica en la flexibilidad que ofrece la relación mercantil entre autónomos, amplificadas por las nuevas tecnologías. El objetivo del estudio es sentar las directrices que guíen una forma de organización donde los “nuevos trabajadores” de la era digital puedan encontrar una voz que les represente. Para ello, establece una hoja de ruta que recomienda cambios normativos en el modelo de representación de autónomos. Los casos que utiliza como ejemplos a seguir en este sentido son la Asociación de Trabajadores Autónomos (ATA) y, cómo no, el AIP de AsoRiders con Deliveroo.

Podríamos decir que el informe es un intento por anticiparse a los hechos, dando por seguro que el trabajo en plataformas, tal como lo conocemos, abarcará cada vez más sectores, transformando a trabajadores en emprendedores o trabajadores *freelance*. De esta manera, plantea una serie de puntos que se deben solventar para adecuarse a los nuevos tiempos y modificar las formas de representación y negociación actual, buscando promover y fortalecer el modelo de las asociaciones independientes entre el conjunto de los trabajadores “atípicos”.

Para esto, comienza argumentando la necesidad de modificar los estatutos de registro y resolución de conflictos, donde las plataformas deben tener la certeza sobre qué pueden hacer por sus colaboradores para estar seguras de “que no están asumiendo riesgos legales

cuando responden a las quejas canalizadas a través de terceros” (Digital Future Society, 2019: 55). En otras palabras, que necesitan saber que no están dando evidencias de relación laboral. Como cabe imaginar, aquello sólo sería posible al ir acompañado de una transformación profunda del marco normativo, puesto que “las actuales disputas entre plataformas, trabajadores y agencias tributarias sobre la situación laboral de los trabajadores ponen de manifiesto que muchas de las leyes laborales, planes de protección social y marcos jurídicos existentes están diseñados para formas tradicionales de empleo” (Digital Future Society, 2019: 13). Así, si se lograsen estos avances, las asociaciones tendrían la legitimidad para organizar y representar a un sector de los trabajadores que será cada vez más grande y que actualmente no tiene voz, generando nuevas perspectivas sobre responsabilidades y deberes, al punto de que incluso podrían ganar ingresos prestando servicios a las propias empresas, transformándose en una suerte de mandos intermedios.

Por último, propone resolver el problema concreto de la precariedad de los repartidores modificando las cotizaciones a la Seguridad Social, para que tengan un programa acorde a su medida, puesto que es ahí donde perderían gran parte del dinero generado.

En síntesis, el objetivo del informe es dejar claro que el desarrollo de las nuevas formas de representación podría “llevar a que se escuchen mejor las exigencias de los trabajadores de plataformas y de otros trabajadores independientes y a que los derechos y prestaciones sean desligados de la condición del trabajador, lo que pondría fin al sesgo existente hacia el empleo a tiempo completo” (Digital Future Society, 2019: 56).

A fin de cuentas, se trata de un texto destinado a intentar sentar las bases para crear institucionalidad alrededor del modelo del Autónomo digital y que, sobre todo, pretende despolitizar la representación de los trabajadores y conducirla hacia el mercado, restando legitimidad a la acción sindical en los nuevos modos de trabajo.

Su trasfondo es claro: es una puja contra los marcos normativos y la forma de organización de los trabajadores, intentando demostrar que sus fundamentos no aplican en la realidad emergente de la revolución digital. El centro del asunto es que se reconozca lo que sería un tipo de trabajador envuelto en unas nuevas condiciones. En ningún momento, sin embargo, menciona que aquella figura consiste en hacer pasar por autónomo a un trabajador que debería ser asalariado. Aun así, el trabajador “atípico”

estaría injustamente desposeído de los derechos y protecciones que otorga la relación laboral, por lo cual habría que ir transformando sus fundamentos.

Todo esto, entonces, nos permite comprender por qué las plataformas se empeñaron en impulsar y hacer crecer a las asociaciones, pues, además de legitimadoras, son una piedra angular en la lucha por modificar la regulación. La figura laboral del Autónomo digital sólo es sostenible en el largo plazo en la medida que esté acompañada de una nueva forma de representación.

4. El anuncio de la regulación y las asociaciones pro-autónomos

Mediados del 2020

En consecuencia, hasta mediados del 2020, en total se habían fundado tres asociaciones de repartidores pro-autónomos. Sin embargo, por aquel entonces todavía no tenían gran representación, así que mantenían un rol relativamente secundario. Prácticamente su función se limitaba a enviar testigos a los diferentes juicios para declarar a favor del modelo.

Así las cosas, dado que a principios del 2020 el gobierno quedó en manos de la alianza entre el PSOE y Unidas Podemos, parecía que la idea de un proceso legislativo a la medida había pasado a un segundo o tercer plano entre las plataformas. En cuanto al sector a favor de la laboralización, cabe decir que un proceso legislativo era nuestra última opción, pues no sólo sabíamos los riesgos que entrañaba, sino que además teníamos la certeza de que tarde o temprano la batalla judicial nos llevaría al lugar que queríamos. Estábamos convencidos de que no era necesario tocar la regulación laboral y desde el principio entendimos que era peligroso abrir esa posibilidad.

De esta manera, y aunque era de sobra sabido que una de las prioridades de la nueva ministra, Yolanda Díaz, serían las plataformas de trabajo, la cuarentena a causa del coronavirus había desviado el foco de atención y se daba por hecho que las agendas se habían alterado por completo. De tal modo que, cuando el 1 de junio de aquel año convocó a Riders X Derechos a una reunión, donde anunció que habría diálogo social para regular

el sector¹¹⁶, tomó a casi todos por sorpresa, transformando el escenario del conflicto drásticamente. Los propios miembros de Riders X Derechos salimos de allí sin terminar de entender qué había sucedido. Pensamos que íbamos a ir a la típica reunión en un despacho y que ni siquiera veríamos a la ministra, pero pocas horas antes nos enteramos de que estaríamos en uno de los salones principales, con prensa incluida, ante la ministra y sus asesores. Hasta donde sé, no hubo conversaciones previas con los sindicatos ni nada por el estilo, fue un anuncio totalmente sorpresivo y, mediáticamente hablando, muy bien pensado¹¹⁷.

No obstante, una vez anunciada la noticia, prácticamente en el acto, las asociaciones pro-autónomos pasaron a tomar un papel protagonista para llevar adelante la campaña de presión política y social contra la futura regulación. Tras aquel encuentro, la respuesta fue inmediata, y el panorama de las asociaciones quedó conformado así:

- Asociación Española de Riders Autónomos -AsoRiders-

A la cabeza está Héctor Merino, un antiguo repartidor en motocicleta de Madrid, parte de los 532 declarados falsos autónomos por el TSJ de Madrid y luego ratificado por el Tribunal Supremo. Está enfocada únicamente a los trabajadores de Deliveroo, quienes cuentan con diversos beneficios en las condiciones de trabajo por afiliarse, gracias al AIP. Si bien varios repartidores han aceptado unirse, ha sido tan evidente que sirve a los fines de la plataforma que no logró generar el efecto esperado, aunque bajo el nuevo escenario cobró renovadas fuerzas.

- Asociación Profesional de Repartidores Autónomos -APRA-

Nació el 18 de diciembre del 2018 en Barcelona, como réplica directa de la experiencia de la plataforma Stuart en su país de origen, Francia, donde ya le había dado buenos resultados. En un encuentro entre sindicatos y plataformas realizado en Bruselas, los repartidores franceses de Stuart habían defendido el modelo de trabajo autónomo implementado por la empresa, siendo otro factor para, de la mano del presidente Macron,

¹¹⁶ Dejo aquí una nota de prensa al respecto, disponible en:

<https://www.eldiario.es/economia/yolanda-diaz-plataformas-glovo-deliveroo_1_6033677.html>

¹¹⁷ No olvidemos que uno de los procesos en los que la ministra construyó su actual candidatura presidencial fue exactamente el de la “Ley rider”.

modificar la legislación laboral del país y establecer el Autónomo digital a través de la Ley de movilidad.

En España, su crecimiento fue notable e inmediatamente llamó la atención de Glovo, que vio allí su oportunidad y la intentó potenciar para que pudiera extenderse hasta sus propios repartidores. Tal fue el caso que el propio cofundador de la plataforma, Sacha Michaud, viajó hasta Madrid junto al repartidor y presidente de la asociación, Jordi Mateo, para comenzar la expansión de APRA en la capital e inaugurar su relación con Glovo.

Fotografía 10. Reunión dirigencia Glovo, repartidores y miembros de APRA en Madrid – 17 de junio del 2019



Fuente: facilitada por uno de los asistentes.

Una pequeña reflexión al margen de lo que venimos comentando, pues en realidad la fotografía es digna de destacar. Tenemos a un gran empresario, salido directamente del mundo de las apuestas, y a un alto cargo de una transgresora y multimillonaria *start-up*. Ambos han hecho caso omiso de diversas sentencias y han defraudado a la Seguridad Social en reiteradas ocasiones, cumpliendo todos los requisitos para ser condenados a prisión. Están sentados a la mesa con los trabajadores que han perjudicado y que aún mantienen como falsos autónomos, mientras les están diciendo qué deben hacer para

apropiarse de su posición de emprendedores y de qué modo habrían de encarar juntos el futuro para transformar el mundo del trabajo.

En cuanto a los repartidores, aparecen algunos alquiladores de cuentas, otros que estaban en problemas con Hacienda, otros que no superaban los mil euros mensuales y también algunos futuros obstrutores a actuaciones de Inspección de Trabajo. Todos escuchan atentamente de qué trata su revolucionaria posición y por qué están llamados a transformar la imagen que erróneamente se creó sobre su sector.

Después de una escena así, sería difícil afirmar que el discurso y el trabajo político de toda la economía de plataformas no ha sido fructífero.

Precisamente, en aquella reunión estaba uno de nuestros entrevistados, y cuenta que allí Sacha Michaud se dedicó a explicar que Glovo había perdido lo que definió como la “batalla cultural”, pues la sociedad ya daba erróneamente por sentado que los repartidores eran un sector precarizado. El trabajo que todos estaban convocados a llevar adelante, entonces, debía apuntar exactamente ahí, a revertir aquella opinión generalizada, intentando crear vías de comunicación y representación con los trabajadores. Esa era la misión que APRA debía cumplir.

El foco de acción que propone la idea de la batalla cultural es básicamente el mismo que hemos visto: poner en tela de juicio los fundamentos del derecho laboral expresado en las diversas sentencias, aunque aquí se trata de abordar el problema atacando a una suerte de sesgo en la prensa, los jueces y los medios de comunicación en general, que han ayudado a que la sociedad se forme una idea errónea e ideologizada de los repartidores. Si la inseguridad jurídica nos decía que la rigidez de la regulación negaba las herramientas para reconocer zonas grises, la batalla cultural, por su parte, venía a decir que la sociedad no ha logrado comprender los avances que propone el modelo, ya que sigue estancada en el análisis monotemático e ideológico de que los repartidores no poseen un contrato laboral, cuando es precisamente eso lo que les permite tener un trabajo flexible y bien remunerado.

Debemos detenernos un momento en la figura de Jordi Mateo, el presidente de la asociación, que cobró gran protagonismo entre el círculo de repartidores durante la lucha contra la regulación, fundamentalmente por dos causas. Primero, porque fue común verlo en mesas de debate o jornadas sobre el tema, donde defendió el modelo de autónomos a

ultranza y radicalizó el discurso que mantenían las empresas, siempre repitiendo rigurosamente los distintos mantras y bulos del sector. Y, segundo, por obstaculizar la actuación de Inspección de Trabajo. Efectivamente, cuando la institución estaba investigando a Stuart en Barcelona, envió un cuestionario a algunos repartidores para conocer las condiciones en que llevan a cabo su actividad, el cual llegó a las manos de APRA. Jordi elaboró una pauta para cada respuesta y la difundió entre los repartidores. Tal como quedó reflejado en la denuncia interpuesta por obstrucción, la guía escondía las reales condiciones y ensalzaba el modelo de la empresa. A pesar de ello, la resolución de Inspección de Trabajo fue que los repartidores de Stuart operan como falsos autónomos.

- [Asociación Autónoma de Riders -AAR-](#)

Dado que los principales problemas legales de Deliveroo han venido desde Barcelona, pues ahí es donde ha estado la estructura más fuerte de Riders X Derechos, sumado a que AsoRiders estaba más bien enfocada a Madrid y que nunca logró la repercusión esperada entre los repartidores, AAR nació en mayo del 2019, siguiendo los pasos de APRA. También surgida entre repartidores de Deliveroo, por cosas de la vida o no, su fundación fue al poco de que la empresa afrontara el macro-juicio de Madrid, y desde ahí ha puesto el foco de acción en un marco más amplio que AsoRiders, atrayendo afiliados de las diversas plataformas. Desde el principio su objetivo fue quitarle terreno en el plano discursivo a Riders X Derechos, intentando potenciar el mensaje que las otras asociaciones ya estaban luchando por instalar: que los repartidores se sienten autónomos. Para ello, se inauguró adhiriéndose al AIP de Deliveroo, con lo que de inmediato comenzó a ganar afiliados llevados por la promesa de mejores condiciones realizada por la empresa.

AAR es una asociación dirigida por Badr Eddine Hilali, más conocido en el medio como Naruto. A pesar de su actual y férrea posición, antes de escalar en Deliveroo fue repartidor de Glovo y cuenta con la notable característica de haber sido uno de los primeros repartidores en denunciar a la empresa por relación laboral encubierta, transformándose en uno de los pioneros en ser declarado falso autónomo por el Tribunal Superior de Justicia de Cataluña, mediante una demanda que presentó junto a algunos miembros de Riders X Derechos. De todos modos, tras su entrada a Deliveroo, dio un vuelco en 180°

y se transformó en uno de los principales y más agresivos defensores del modelo de trabajo en plataformas¹¹⁸.

AAR mantuvo una actividad considerable en la tarea de difundir el mensaje del colectivo para transformar la imagen en la sociedad, particularmente en redes sociales, donde se hizo común verla colgar distintas cosas alabando la labor de Deliveroo. Por ejemplo, durante la cuarentena decretada por el COVID-19, a pesar de que la plataforma no cumplió con la obligación de proporcionar mascarillas, geles o guantes a todos los repartidores, la asociación aplaudía la creación del Fondo de emergencia, una escasa ayuda económica para aquellos que pudieran demostrar haberse contagiado mientras estaban trabajando:

Captura de pantalla 11. Publicación de AAR sobre Fondo de emergencia



Fuente: <<https://twitter.com/AutonomaRiders>>

O también, mientras que la empresa no reconoce su parte de responsabilidad en accidentes que han terminado en situaciones realmente complicadas para los repartidores, entre los que incluso hubo una muerte, AAR cuelga cosas como:

¹¹⁸ Dejo aquí una entrevista que retrata esta transformación, disponible en:
<https://www.eldiario.es/economia/justicia-declara-falso-autonomo-presidente-asociaciones-riders-afines-glovo-deliveroo_1_6100341.html>

Captura de pantalla 12. Publicación de AAR en las oficinas de Deliveroo¹¹⁹



Fuente: <<https://twitter.com/AutonomaRiders>>

Una pequeña reflexión al respecto. ¿Cuánta autonomía y poder de negociación puede tener una asociación, que pretende representar a los repartidores frente a la plataforma, cuando existe tal nivel de alabanza? Independiente del signo de la organización, es fundamental que los representantes de los trabajadores mantengan un mínimo nivel de independencia y pensamiento crítico. De otro modo, sus funciones son superfluas e innecesarias. ¿Es realmente necesaria una foto para redes sociales con el personal de la empresa y de fondo el logo con un gorrito de navidad?

- Repartidores Unidos -RU-

Cuando la ministra Yolanda Díaz anunció que habría diálogo social, Gustavo Gaviria, en medio del discurso exaltado de las plataformas, decidió dar un paso al frente y crear Repartidores Unidos. A diferencia de sus compañeras, RU no es una asociación de repartidores, sino un movimiento. Su estructura es una suerte de imitación a Riders X Derechos, pero en versión pro-autónomos. Desde una posición ultraliberal, que sigue

¹¹⁹ En esta foto también aparece Héctor Merino, el presidente de AsoRiders. El resto son cargos medianamente altos de Deliveroo del departamento de operaciones, como Darío Álvarez, que también está.

pragmáticamente el discurso de la flexiguridad (Crespo y Serrano, 2012) y el programa de representación elaborado por el Digital Future Society (2019), RU plantea: “Creemos con decisión en el no seguimiento de líderes, personas o nombres, mas sí en el de ideas, siendo nuestra única máxima: mejorar y no destruir nuestro trabajo” (Repartidores Unidos, 2020a).

El movimiento comenzó a gestarse en aquella misma reunión donde Sacha Michaud y Jordi Mateo se reunieron con los repartidores de Glovo en Madrid. Allí estaba Gustavo, que por aquel entonces había logrado transformarse en el coordinador del turno de noche en el centro de la ciudad. Glovo acababa de empezar la experiencia de prestar servicios las 24 horas y, para cubrir la demanda, tenía a ciertos repartidores con un turno fijo (un claro indicio de laboralidad), coordinados por Gustavo Gaviria.

Así las cosas, inspirado por la confianza que había depositado Glovo en él y siguiendo el objetivo delimitado por Sacha, Gustavo comenzó a gestar Repartidores Unidos. Su línea de acción ha sido intentar agrupar a las diferentes asociaciones bajo una sola causa: mantener la condición de autónomos. Además, RU ha cumplido el rol de “mediador” con Glovo, ofreciendo a los trabajadores una vía de comunicación directa con la empresa.

Al igual que sus compañeros dirigentes, Héctor Merino de AsoRiders, Badr Eddine Hilali de AAR y Jordi Mateo de APRA, Gustavo Gaviria también cumple con lo que pareciera ser el requisito de haber sido declarado falso autónomo por la justicia. Participó en el primer juicio entre la administración y Glovo en Madrid, que afectó a 69 repartidores, luego de que Inspección de Trabajo sancionara a la empresa por detectar que estaban trabajando sin los permisos necesarios. Gustavo, uno de los repartidores involucrados, tenía permiso de residencia como estudiante y trabajaba más horas de las que permite la normativa, sumado a que lo hacía en condiciones de falso autónomo.

Aquel juicio se celebró el 11 de marzo de 2020, antes de que se decretara el Estado de Alarma en el país, en el juzgado de lo social 21. Gustavo fue el protagonista: pidió representarse a sí mismo y testificó en contra de sus compañeros, exponiendo una defensa de su condición de autónomo radical, mucho más vehemente que incluso la de la propia empresa.

5. La campaña de presión

Verano del 2020

Este era el panorama que se había gestado al momento de comenzar la contraofensiva frente al anuncio de regulación del gobierno. Ante tal escenario, es válido preguntarse hasta qué punto el surgimiento de las asociaciones ha sido el producto de la organización independiente de los repartidores o una acción deliberada por parte de las plataformas. Aquí es donde no debemos ser binarios en la comprensión. Aunque las evidencias son irrefutables, nuestro objetivo debe ser comprender las prácticas concretas, el discurso que lograron poner en escena y por qué un sector considerable de los repartidores se sintió representado por él. Sin embargo, para alejarnos de toda duda, y antes de revisar la perspectiva de los repartidores frente al tema, vale revisar qué dice Victoria al respecto, la extrabajadora del departamento de Fidelización de Deliveroo, que le tocó presenciar de primera mano cómo se construyó todo este escenario:

- **Victoria:** Mira, Felipe, yo he escrito comunicados a asociaciones de riders
- **Entrevistador:** Amiga... ¿AAR y AsoRiders?
- **Victoria:** Sí, yo he escrito comunicados fingiendo ser AsoRiders (...)
- **Entrevistador:** (...) ¿Y eso se lo enviabas tú a los afiliados de AsoRiders?
- **Victoria:** No, yo se los mandaba a mi jefe, y mi jefe se los mandaba al de AsoRiders para que lo mandara. No lo mandábamos desde Deliveroo. Yo firmaba como AsoRiders. No todo pasaba por mí, sólo algunos muy puntuales. Pero he hecho varios, cuatro o cinco, como mínimo.

No es de extrañar que así fuera. Desde que comenzaron a operar en España, las plataformas de reparto han intentado presentarse como el grupo de avanzada de una fuerza social que quiere transformar el estado de las cosas a través de la disrupción empresarial y el uso de nuevas tecnologías, de modo que una organización de trabajadores a favor del modelo entra cabalmente en la línea argumentativa.

Hecha esta breve contextualización, revisemos el desarrollo de los hechos, fundamentos y las prácticas concretas que se pusieron en marcha para presionar al proceso legislativo y el diálogo social.

5.1 La irrupción de Repartidores Unidos y las primeras manifestaciones

Una vez que fuera anunciada la intención de regular el sector, aunque varios meses antes de que efectivamente comenzara el proceso, el nuevo movimiento de RU se estrenó convocando a una manifestación en nueve ciudades distintas para el día 26 de junio del 2020. Desde su aparición en escena, se demoraron solamente 25 días en llevar adelante y coordinar una movilización a gran escala. Dejo aquí el afiche de la convocatoria en Madrid:

Imagen 8. Afiche convocatoria primera manifestación Repartidores Unidos



Fuente: <https://repartidoresunidos.org/26junio/>

Bajo el lema “Sí soy autónomo” y “Dejen trabajar”, se posicionaron inmediatamente contra la posible laboralización. Los argumentos que utilizaron para generar la indignación suficiente que permitiera movilizar a un colectivo generalmente

desarticulado, fueron simples y directos: las plataformas no pueden mantener a tal cantidad de repartidores como trabajadores, por lo que una regulación inmediatamente precarizaría al sector y dejaría a la gran mayoría sin su fuente de ingresos. La invitación del movimiento era a construir junto a las plataformas una nueva figura de colaborador, basada en un autónomo renovado, con mayores protecciones y más beneficios. Esto es, un Autónomo digital. Por ello, en realidad no se les debería nombrar asociaciones pro-autónomos, sino pro-autónomos digitales o pro-plataformas.

Sea como sea, el caso es que la manifestación no sólo fue exitosa, sino que significó el puntapié inicial de una campaña que nadie esperaba¹²⁰.

El discurso que comenzó a circular desde las asociaciones se basó en una simplificación radical del problema, planteándolo a veces en términos tan básicos como “Buenos v/s Malos”. Podrá parecer simplista, pero fue tal cual. En la web de RU, donde se organizó el movimiento, se hizo una sección de “Preguntas y Respuestas” en la que se iba develando el trasfondo del asunto a los repartidores. Allí se puede apreciar claramente cómo se difundieron los argumentos y bulos que hemos venido analizando. Pongo solamente como ejemplo las tres primeras preguntas, pero vale leerlo completo:

Afirmaciones hechas por Sindicatos y «nuestros representantes» ante el Gobierno:

1. Nuestro Modelo de Trabajo es ilegal.

Incorrecto. La cantidad de sentencias a favor y en contra están muy por igual y, aunque hay pronunciamientos de algunos Tribunales Superiores, todas estas sentencias están recurridas, por lo que hasta que no se pronuncie el Tribunal Supremo y cree jurisprudencia nuestro sistema no es, de ninguna manera, ilegal. De igual manera el Tribunal de Justicia de la Unión Europea, en un reciente pronunciamiento, considera que sí somos autónomos, por lo que la ilegalidad de nuestro modelo se presenta como algo incorrecto.

¹²⁰ Adjunto en Anexos digitales el vídeo que difundió Repartidores Unidos resumiendo la primera manifestación, titulado “¡Gracias!”. Está con el nombre “24. Vídeo resumen primera manifestación RU”.

2. El modelo de autónomos se va a caer.

Esta será una realidad de seguir los planes actuales del Gobierno y los Sindicatos en caso de nosotros no ejercer una verdadera presión mediática y social que demuestre y exprese que el caos laboral, económico, legislativo y judicial entorno a las Plataformas es sinónimo de que la legislación actual está obsoleta y es hora de adaptarse a la realidad tecnológica.

3. Lo único que podemos hacer es organizarnos en sindicatos.

Incorrecto. Resulta curioso que la única solución que ellos nos ofrecen es la de darnos un abogado para que, de acuerdo a sus planes que causarían la destrucción de nuestro empleo, nos defiendan ante los despidos y la reclamación de indemnizaciones, ya que en absolutamente ninguna de sus propuestas se expone algo que verdad nos beneficie más allá que su propia ayuda para el perjuicio que ellos mismos nos quieren causar” (Repartidores Unidos, 2020b).

Por otra parte, las plataformas jugaron un rol activo y fundamental en difundir y potenciar a las asociaciones como portadoras del discurso de todo el sector. Así, tras la primera manifestación a favor del modelo, el primer paso fue legitimarlas como interlocutoras válidas. Para ello, tal como había hecho Deliveroo con AsoRiders, el día 3 de septiembre del 2020 firmaron un acuerdo, esta vez titulado Acuerdo Sectorial de Buenas Prácticas, que se puede descargar de la misma página web de la patronal Adigital (AAR et al., 2020)¹²¹. Nuevamente no fue más que una pantalla de cara al resto de la comunidad, puesto que no posee legitimidad formal alguna.

El texto de aquel acuerdo está basado en cinco puntos:

1. Compromiso sectorial de seguridad durante las distintas fases de la crisis sanitaria.
2. Compromiso sectorial de actuación en caso de situaciones de emergencias meteorológicas.
3. Lucha contra el fraude y la cesión no autorizada de cuentas.

¹²¹ De todos modos, lo dejo en Anexos digitales con el nombre “25. Acuerdo Sectorial Buenas Prácticas”.

4. Diálogo permanente.
5. Transparencia (AAR et al., 2020).

Está firmado por Deliveroo, Glovo, Uber Eats y Stuart ante AsoRiders, AAR y APRA, y no es más que una declaración de buenas intenciones para mejorar la imagen de las empresas, que por aquel momento estaban públicamente criticadas debido a la precarización constante de las condiciones de trabajo en plena pandemia. Pese a esto, su importancia radica en que es un intento por llevar a la práctica informal la negociación con las nuevas formas de representación de los trabajadores. Una situación para presionar similar a la realizada en Italia, junto al sindicato UGL.

El acuerdo generó el efecto buscado entre los repartidores, legitimando a las asociaciones como interlocutoras. Entonces, con el respaldo necesario, comenzaron a aparecer en la prensa y a realizar distintos tipos de acciones para intentar frenar la futura regulación¹²². Todo esto quiere decir que, al mismo tiempo que las asociaciones irrumpían en los medios para intentar transformar la percepción de la ciudadanía, las empresas se preocupaban de difundirlas y respaldarlas entre los repartidores. Juntas estaban trabajando el terreno para dejar atrás todos los malos recuerdos, maquillarlos como traspiés propios de un futuro prometedor y enfrentar con toda la fuerza posible lo que vendría. Hasta que llegó el 25 de septiembre.

Poco tiempo después de la primera manifestación, el Tribunal Supremo se adelantó a los hechos y golpeó la mesa para marcar el rumbo que debería seguir la regulación. Todo indica que fue una manera de curarse en salud para despejar de una vez por todas cualquier duda que pudiese haber sobre la inseguridad jurídica y evitar que fuese un argumento válido en el diálogo social. La justicia española se posicionó en un momento clave y se preocupó de no dejar mucho margen de acción, evitando enfrentarse a sobresaltos como los ocurridos en California o Francia. La consecuencia fue que, a partir de ahí, y aunque todavía ni siquiera había comenzado el proceso legislativo, plataformas y asociaciones simple y llanamente se radicalizaron.

¹²² Dejo aquí un pequeño pero buen ejemplo, disponible en:
<<https://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/10586251/06/20/Tres-asociaciones-de-riders-se-enfrentan-a-Trabajo-Queremos-ser-autonomos.html>>

5.2 La radicalización

Tan sólo un mes más tarde, el 26 de octubre del 2020, cuando recién se había dado inicio al diálogo social, la patronal Adigital (2020b) sacó un nuevo informe, esta vez titulado “Análisis del impacto económico de la laboralización de los repartidores”, donde afirmó que en caso de que la mesa de diálogo mantuviera la senda marcada por el Tribunal Supremo, “23.000 repartidores autónomos perderán la oportunidad de generar ingresos” (Adigital, 2020b: 1), cerca del 80% del total, y los restaurantes perderían 250 millones de euros adicionales¹²³. Aunque son sólo dos páginas de texto, podríamos decir que el argumento de fondo que lo sostiene es la tesis básica de la economía de plataformas: la competencia hace crecer el mercado, generando beneficio colectivo, fenómeno que sólo es posible lograr al nivel que hemos visto en base al trabajo autónomo; por el contrario, si se prohíbe ese circuito, las empresas no pueden hacerse cargo de mantener las dimensiones del mercado que han construido pagando salarios. Aunque también hay otra forma de comprenderlo, y es que, sabedores de cómo funciona la regulación del trabajo, las plataformas crearon una burbuja laboral para presionar: como los trabajadores, al ser falsos autónomos, salen gratis, las empresas se dedicaron a crecer por encima de sus posibilidades e incorporaron cada vez más repartidores, lo que les permitió generar un sistema de competencia por la carga de trabajo, bajar los precios a los clientes y extenderse por todo el país, proponiendo una encrucijada a una futura legislación.

De cualquier manera, el mensaje para los repartidores fue claro: si se regulaba el sector, ellos serían los principales perjudicados, ya que perderían su fuente de ingresos. Un argumento así evidentemente crea miedo, además de generar un profundo resentimiento que deviene en fanatismo. Comenzó, entonces, una campaña diferente desde las asociaciones, donde se llamaba directamente a la movilización para evitar la catástrofe, difundiendo a través de bulos un discurso con mensajes tan directos como que todo esto era una jugada deliberada para quitarles el pan de la boca a ellos y sus familias^{124, 125}.

¹²³También lo adjunto en Anexos digitales: “26. Análisis del impacto económico de la laboralización de los repartidores – Adigital”.

¹²⁴ Lo mejor para que quede claro el tenor de la campaña es ver el vídeo que realizó Repartidores Unidos en aquella época. Está en Anexos digitales con el nombre “27. Vídeo campaña contra la regulación”. Vale aclarar que la mayoría de las imágenes sobre plataformas dejando países, corresponden a la venta que hizo Glovo de su infraestructura en Latinoamérica a DeliveryHero, empresa que finalmente compró un porcentaje mayoritario de sus acciones y ahora está a la cabeza de la compañía. Además, adjunto un vídeo que también circuló entre los grupos, para que se entienda qué tipo de mensajes se difundieron y de qué forma lo hicieron. Está con el nombre “28. Parodia corrupción”.

¹²⁵ Dejo también los principales memes y ediciones que comenzaron a circular en contra de la futura regulación, bajo el nombre “29. Radicalización asociaciones”. Como contraparte, también están los mejores

Un sector considerable de los repartidores vio de cerca la posibilidad de ser desconectados de un día para otro y perder las escasas seguridades, por lo que apuntaron a donde les dijeron: al gobierno, los sindicatos, las leyes, Riders X Derechos, el ministerio, la posible ley, pero fundamentalmente a los otros repartidores que sí se atrevieron a decir que estaban a favor de la regulación. Así fue que comenzó a polarizarse el ambiente.

Dejo aquí la fotografía de una manifestación, que permite ver hasta dónde caló el mensaje:

Fotografía 11. Repartidor protestando contra la regulación del sector



Fuente: anónimo. Obtenida de los grupos de chat de repartidores.

Una pequeña reflexión sobre el mensaje de la fotografía. En España no existen restricciones para ser autónomo, más bien al contrario. Incluso hay una tarifa plana subvencionada por la Seguridad Social. Lo que sí está prohibido es ocultar una relación laboral bajo una supuesta autonomía, lo cual es un criterio común en casi todo el mundo y también es una directriz de la Unión Europea. Pero cualquier persona que quiera darse de alta en el RETA, es libre de hacerlo. Por eso mismo, el mensaje de la fotografía es

memes y ediciones realizadas desde el sector pro-laboralidad: “30. Memes pro-laboralidad”, aunque evidentemente no son tantos ni tan ingeniosos.

explícito en cuanto a la confusión creada, pues, en términos concretos, suplicar por ser autónomo no tiene sentido, ya que no hay nada que lo impida. Lo que el mensaje en cuestión está reclamando, entonces, es que los repartidores *puedan* ser entendidos como autónomos, cosa bien distinta, ya que va en contra de la actual regulación. De modo que, para ser más exacto, debería decir: “*¡Quiero ser Autónomo digital!*”, lo que en realidad implicar la no menor tarea de flexibilizar el marco y crear una nueva figura laboral.

6. El diálogo social

Finales del 2020

Es evidente que las plataformas de reparto, que desde un comienzo habían presionado para generar una legislación específica sobre su sector, no se esperaban llegar hasta este momento con una sentencia del Tribunal Supremo a costas que fuera tan tajante, pues básicamente había echado por tierra cualquier intento de lograr crear la tan anhelada figura del Autónomo digital.

Desde UGT llevábamos meses preparándonos para la instancia y habíamos formulado un proyecto de ley realmente ambicioso. Nuestra postura era clara: estábamos seguros de que no es necesario tocar la regulación laboral para incorporar el modelo de las plataformas, puesto que el Estatuto de los Trabajadores ya lo contempla, pero si se iba a hacer de todos modos, tenía que ser a fondo y sin dejar ninguna duda al respecto. Pretendíamos abarcar distintos rubros del mercado donde operan plataformas de trabajo, apuntando específicamente a los servicios. El proyecto incluía a sectores como el trabajo doméstico, los cuidados, el reparto, el transporte de pasajeros, hostelería, microtarefas, etc., y estaba basado en el ya nombrado Registro de Plataformas y Algoritmos Laborales que debería implementarse. El fondo de la propuesta era lograr algo realmente básico, que en el resto del mercado se da por sentado: que cada plataforma tuviera que especificar a qué se dedica y cómo organiza la actividad, cosa que permitiría a la administración mantener cierto control sobre las condiciones y discriminar bajo qué régimen se debiesen amparar los trabajadores, ahorrando años de procesos judiciales.

Una vez comenzado el diálogo social, y tal como esperábamos, a partir de la presentación de nuestro proyecto la discusión se centró fundamentalmente en dos puntos: la develación de los algoritmos y a qué sectores abordaría la ley.

En cuanto al primer tema, el argumento de la patronal CEOE era que el algoritmo constituye una parte fundamental del secreto de empresa, por lo cual, si fuera revelado, se estarían dando ventajas en la competencia. Nosotros, en cambio, nos preocupamos de demostrar que existen distintos tipos de algoritmos, entre los que están aquellos que organizan el trabajo y que, dada su naturaleza, la competencia entre empresas no puede centrarse en maximizar el rendimiento de los trabajadores, puesto que sólo lleva a precarizar las condiciones.

Así fueron pasando las primeras reuniones y los primeros meses, anunciando que la negociación sería larga.

Sobre el otro gran punto de discusión, surgió una de las propuestas fundamentales de las plataformas en el proceso, que podríamos llamar el “Plan B”. Dado que la creación del Autónomo digital a esas alturas ya parecía sólo un recuerdo, pero el movimiento pro-autónomos cobraba cada vez más fuerzas entre los repartidores, las empresas comenzaron a mirar con buenos ojos el ejemplo de la ley AB5 de California, algo que poco tiempo atrás rechazaban de plano. Como vimos, la ley dejaba claramente explícito que se presumía la laboralidad de los trabajadores, siempre y cuando las empresas no pudieran demostrar que se cumplen los requisitos ABC. Esto abrió el camino a una nueva y tentadora propuesta, el modelo mixto. Aunque en un principio la ley californiana había sido el referente que inspiró los primeros intentos del gobierno para promover el diálogo social, rápidamente las empresas aprovecharon la oportunidad para llevarla un paso más allá. Básicamente, la idea era dividir la plantilla entre autónomos y asalariados, intentando dar cabida a una elección por parte de los propios repartidores sobre en qué régimen protegerse. Algo que, tal como tuvo que dar cuenta la ministra al momento de anunciar la ley, va en contra de los cimientos de la regulación española (Periódico Europapress, 2021a). Sin embargo, como la propuesta vino acompañada del auge de las asociaciones, que clamaban por seguir manteniéndose como autónomos, al tiempo que todos veíamos hasta dónde eran capaces de llegar las plataformas con tal de mantener el modelo operativo, se fueron generando serias dudas sobre la viabilidad del proyecto. La implementación española de la ley californiana apareció durante largos periodos de tiempo como la tentación de una salida salomónica. Es más, si se analiza al detalle el resultado de la ley, que ya revisaremos, se verá que está basada en una presunción de laboralidad sin más, concepto que de por sí es controversial y que abrió de par en par las

puertas para que, en el momento mismo de aprobarla, las compañías ya comenzaran a pensar cómo esquivarla.

7. El auge de las asociaciones pro-autónomos

A la vez que todo esto iba sucediendo, y a medida que el diálogo social comenzaba a dejar claro que no se contradiría al Tribunal Supremo, plataformas y asociaciones se decidieron a jugar sus últimas cartas, llevando la presión hasta el extremo.

Una de las constantes del diálogo social fueron las filtraciones casi automáticas de las discusiones en cada jornada: los periódicos publicaban prácticamente en tiempo real los principales temas tratados y el cauce que iban tomando. Incluso quienes formábamos parte del equipo de UGT involucrado, muchas veces nos enteramos antes de lo ocurrido por la prensa que por nuestro representante. Aunque esto pasó desapercibido, sí jugó un papel fundamental en la legitimación de las asociaciones frente a la comunidad de repartidores.

El argumento en el que más se insistió en aquel contexto era que los repartidores no estaban representados en la mesa, que las decisiones las tomarían los burócratas de siempre sin siquiera consultar a los propios trabajadores y que todo aquello era la muestra perfecta de un modelo profundamente autoritario y retrógrado. Era una invitación a sentir que el proceso legislativo era en realidad un mecanismo opresor. Así, entonces, eran las asociaciones las llamadas a levantar la voz y canalizar la voluntad de los repartidores¹²⁶. Se trató de un camino de legitimación en el que los líderes aparecían casi a diario en los medios de comunicación -cada vez más radicalizados-, donde exponían los riesgos de la legislación, la inviabilidad económica que representaba y el papel que debían cumplir los repartidores para impedirlo. Un trabajo realmente específico e importante que se complementaba con que semanalmente eran las primeras en difundir los últimos avances de la negociación como información privilegiada entre los grupos de chat de la comunidad. Día a día era palpable que todo esto iba calando en la posición de un sector

¹²⁶Un buen ejemplo está disponible en:

<<https://elpais.com/economia/2021-02-10/tres-asociaciones-de-repartidores-califican-de-inadmisibles-la-propuesta-de-pasar-a-ser-asalariados.html>>

cada vez más grande de los repartidores, que comenzaron a ver en las asociaciones un actor válido que podría salvarlos de la catástrofe¹²⁷.

En cuanto a las plataformas, Glovo tomó las riendas del asunto y pasó a la ofensiva. Para poder sumar fuerzas y contrarrestar el camino que tomaba el diálogo social, el 19 de noviembre programó una sesión por videoconferencia, donde dos de sus principales líderes explicarían de forma unidireccional el modelo laboral en España y los problemas que había con las plataformas¹²⁸. Fue tal la participación que al día después la tuvieron que repetir. Entre ambas jornadas, estuvieron conectados cerca de mil quinientos repartidores, que escucharon atentamente a Sacha Michaud y Miguel Ferrer anunciar que nada cambiaría en el modo de trabajar, pues la sentencia del Tribunal Supremo se refería a condiciones que ya no existían. Además, manifestaron su preocupación sobre el diálogo social, argumentando que no lo consideraban un organismo que tuviera los conocimientos ni la representación necesaria. El objetivo era alentar explícitamente a los repartidores a que se unieran a las asociaciones para defender el modelo de trabajo. Esto lo hacían dejando entrever la amenaza de los despidos masivos y reiterando el mensaje de que, tanto gobierno como sindicatos, no estaban tomando en cuenta a los repartidores y sus asociaciones. Tal como había ocurrido una vez, llegaron al punto de dar las instrucciones para que aquellos que hubiesen sido dados de alta de oficio en el Régimen General, fueran a Inspección de Trabajo a pedir la baja. Además, llamando a la manifestación, Sacha Michaud dijo específicamente que:

Parece que se pueden tomar decisiones de lo que es mejor para los repartidores de Glovo y otras plataformas, pero sin consultaros a vosotros qué opináis. Y esto tenemos que intentar cambiarlo de alguna forma. O tenéis que intentar cambiarlo agrupándoos. Hay varios grupos que se han formado alrededor de todo este debate. Pues hablad con ellos, hablad con el que más os conviene, si es participando... Pero cuantos más seáis y cuanto más se os escuche a vosotros, más caso os van a hacer, porque sois la parte más importante de todo este debate.

¹²⁷ Basta poner “No a la ley rider” en YouTube o cualquier buscador.

¹²⁸ Dejo en los Anexos digitales los vídeos de las dos sesiones y sus transcripciones, con el nombre “31. Reuniones informativas de Glovo por Zoom”. Ambas fueron utilizadas para una denuncia ante la Audiencia Nacional por vulneración del derecho a la sindicalización.

Al mismo tiempo que se realizaba la exposición, en la pantalla compartida de la videoconferencia iban apareciendo distintas preguntas o comentarios que supuestamente estaban enviando los repartidores. Dentro del arsenal de frases hechas que aparecieron, hay dos que deben ser rescatadas para poner especial atención en su contenido e intención. La primera dice así:

- Larga vida a Glovo y muchas gracias por todo. Pase lo que pase y digan lo que digan, sois vosotros los que habéis creado una verdadera revolución de la clase obrera. Nos habéis dado alas y dado un vehículo con el que, con mucho trabajo y esfuerzo, todos nuestros sueños están al alcance de la mano.

Y, el segundo, por su parte:

- En caso de que nos hagan empleados por narices, ¿podemos contar con el apoyo y el asesoramiento de Glovo para trasladarnos a otro país en el que se esté operando para que podamos trabajar allí libres y en paz?

Ambas frases expresan inequívocamente el objetivo último de todo el proyecto político de la economía de plataformas, que no es otro que resignificar la precariedad, despolitizarla y conducirla hacia el mercado. Su figura del emprendedor precario sería un sujeto que no tendría tiempo que perder en conflictos políticos sin sentido, pues estaría luchando incansablemente por merecer y adueñarse de un futuro prometedor. Sin quejarse ni cuestionar las lógicas internas, simplemente trabajando a destajo.

Tras las sesiones, y como era de esperar, las asociaciones se movilizaron directamente contra el diálogo social, pidiendo tener voz en la mesa. Como no pueden ni tienen la legitimidad necesaria para estar en aquella instancia, dieron paso a su propio proceso regulatorio a través de una votación en línea, donde los repartidores podrían elegir cuáles debían ser los cambios en el modelo de trabajo, de lo que resultaría una propuesta que luego se encargarían de trasladar a empresas y autoridades (Repartidores Unidos, 2020c). Una suerte de Prop22 en toda regla, aunque sin viabilidad institucional, pero que de todos modos fue utilizada para presionar hasta las últimas instancias. Justo por aquel momento, vino el auxilio desde Italia, donde las distintas plataformas firmaron el acuerdo sectorial

con el sindicato de ultraderecha UGL, y no dudaron en pregonarlo bajo la forma de un nuevo bulo, ahora con el título: “¡Italia, lo has conseguido!” (Repartidores Unidos, 2020d). No está de más recordar que en realidad no habían conseguido nada, sino que sólo firmaron un acuerdo con un sindicato de ultraderecha para celebrar que compartían una visión conjunta sobre el futuro del sector, pero que no tenían cómo llevar a la práctica real porque carecía de bases institucionales. Sin nombrar que la justicia italiana lo sepultó bajo la multa más grande vista hasta ahora.

Así se llegó a un momento crucial en todo este camino. Gracias a las constantes filtraciones en la prensa, ya era de público conocimiento el rumbo que estaba tomando el diálogo social, de hecho, ya se hablaba de “Ley rider”, con lo que la derrota del modelo parecía inevitable. Sin embargo, las plataformas, que entendieron la disposición de la patronal CEOE a no contradecir al Tribunal Supremo como una traición a sus intereses y una señal de que el proceso estaba viciado, formaron su propio organismo de representación, la Asociación de Plataformas de Servicios a demanda (APS), desde la que enviaron una propuesta al Ministerio de Trabajo y Economía Social, donde explicaban que el caso italiano era el ejemplo que debían seguir si querían salvar la economía, la restauración y conseguir una legislación que diera más derechos (Asociación de Plataformas de Servicios a demanda, 2021). En otras palabras, una medida desesperada.

No obstante, dado que ninguna de las acciones conseguía el efecto deseado y que la regulación se veía como algo inevitable, las asociaciones ultimaron recursos. Aquí surgieron prácticas como publicar en los grupos de chat los números de teléfono de los Grupos parlamentarios para que los repartidores llamaran pidiendo seguir siendo autónomos, convocar a los repartidores en las puertas del Ministerio de Trabajo y Economía Social los días en que se reunía la mesa de diálogo social, aglutinaciones en las afueras del SEPE (Servicio Público de Empleo Estatal) para concientizar sobre el futuro que les esperaba, campañas en redes sociales atacando abiertamente al gobierno y sindicatos, e incluso hasta hicieron una canción de pop-rock¹²⁹.

¹²⁹ Para poder hacerse una idea de la divergencia de opiniones entre los repartidores, propongo escuchar tres canciones totalmente expresivas. La primera es de un repartidor venezolano llamado Armandozy, titulada “El glover”, que fue grabada antes de los conflictos (adjunto el videoclip). La segunda es precisamente la canción de Repartidores Unidos, llamada “¡Stop ley rider!”. Y la tercera es un rap anónimo de repartidores de Barcelona, que está referida a las condiciones de trabajo y que también circuló por los grupos mucho antes de que el conflicto estallara. Una de sus gracias es que la base de la música está hecha

Dentro de todas estas acciones nada despreciables, destaca un vídeo de Repartidores Unidos que se difundió por YouTube, titulado “La ley rider en 5 minutos” (Repartidores Unidos, 2021). Allí se explica cómo se llegó a la futura ley, las motivaciones que la sostienen y qué alternativas existen. En un pasaje, el vídeo dice:

Entre la instigación de algunos sindicatos, los inspectores de trabajo defendiendo mayores recaudaciones y un interés político en imponer que ser asalariados es la solución a todos los males, se han decantado en que deberíamos ser contratados, sin evaluar mínimamente mejorar lo que ya tenemos. Esto nos mantiene en una inseguridad jurídica en la que no tenemos respaldo legal real, por lo que, si tuvieses que hacer valer tu condición de autónomo por la vía legal, un juez te dirá que estás equivocado, que debes someterte a las directrices que te imponga la empresa y no poder siquiera negociar tus precios, ya que con suerte algún convenio fijará tu salario (...). Vamos, una situación propia de leyes anticuadas (Repartidores Unidos, 2021)¹³⁰.

Aquí queda fielmente retratada la diferencia surgida entre la percepción de autónomo que se difundió entre los repartidores, en parte gracias al trabajo conjunto de plataformas y asociaciones, y lo que la ley entiende como tal. Además, nuevamente se evidencia que existe una interpretación torcida de la realidad, mediante la cual se intenta dar por cierto algunos hechos que sencillamente no son verdad. Los repartidores siempre se sometieron a las directrices de las empresas y nunca pudieron negociar sus tarifas.

Fue en este ambiente, bajo una verdadera campaña de difusión masiva de mensajes similares, que vinieron nuevas manifestaciones. El 4 de febrero primero, que, aunque no obtuvo mayor convocatoria, sirvió para popularizar el lema “¡Stop Ley Rider!”, y luego el 3 de marzo. Esta última, que sí tuvo repercusión y apoyo, fue convocada en ni más ni menos que 11 ciudades de España y además contó con el apoyo de un cierre patronal.

con la alarma de la aplicación de Glovo. Desde Riders X Derechos hemos intentado ubicar a sus autores, pero por ahora ha sido imposible. Adjunto todo en Anexos digitales con el nombre “32. Canciones”.

¹³⁰ También lo adjunto en Anexos digitales con el nombre “33. La ley rider en 5 minutos”. Es fundamental verlo completo para terminar de comprender la perspectiva y el mensaje que se difundió entre los repartidores.

Efectivamente, Glovo, Stuart y Uber Eats dejaron de funcionar a la hora y en las ciudades convocadas. Como ya iba siendo costumbre por aquel entonces, Repartidores Unidos y las asociaciones la promocionaron a través de creaciones audiovisuales, cada vez más explícitas, que apelaban a la resiliencia y que incentivaban a no dejarse pisotear por las instituciones¹³¹.

Hay que decir que esta serie de prácticas de presión pudieron crecer y cobrar fuerzas gracias a que la mesa de diálogo fue en gran medida un tira y afloja constante, donde por momentos se pensó que no se llegaría a ningún acuerdo, además que duró prácticamente seis meses. De todos modos, para la fecha de esta última manifestación, la “Ley rider” ya era casi un hecho, y aun así plataformas y asociaciones no se dieron por vencidas. Lo que buscaban en aquel momento ya no era que gobierno, sindicatos y patronales acordaran una ley a la medida ni mucho menos, sino seguir ganando fuerzas entre las coaliciones políticas para impedir que la ley se publicara como Real Decreto y así después lograr modificar el proyecto simple a través de las enmiendas de los Grupos parlamentarios. Aunque, sobre todo, el objetivo era intentar conseguir la condonación de la millonaria deuda a la Seguridad Social.

8. La última batalla: el proceso de aprobación de la “Ley rider”

Año 2021

Tras el largo camino que significó el diálogo social y sus traspies, la realidad es que el proyecto de ley fue mutando constantemente. Prácticamente cada semana salía una nueva propuesta en borrador, y con el paso del tiempo pudimos ir viendo cómo la idea inicial se difuminaba cada vez más. Una de las principales explicaciones es que desde la patronal CEOE existió una negativa rotunda y continua ante cada proposición, al punto de que el único proyecto que presentó en todo el proceso ni siquiera hablaba de plataformas de trabajo. Si a esto le sumamos la presión constante de las plataformas -donde incluso formaron su propio organismo representativo-, de las asociaciones, de los partidos políticos que se sumaron a la iniciativa y de los propios repartidores, vemos que se fue conformando un panorama donde las expectativas fueron bajando paulatina y considerablemente. En ese escenario, el gobierno, que había fijado aquí una de sus

¹³¹ Adjunto los vídeos de ambas manifestaciones en Anexos digitales con el nombre “34. Manifestación 3 de marzo”.

promesas más mediatizadas, parecía dispuesto a aceptar un consenso mínimo para poder legislar. Fruto de los esfuerzos por no concluir el diálogo sin haber logrado acuerdos básicos, escenario que pareció totalmente factible en determinados momentos, se estableció que la ley afectaría única y exclusivamente a los repartidores, lo cual actuó como el pilar desde el que fue tomando forma el cuerpo definitivo, que se incluiría directamente en el Estatuto de los Trabajadores.

Mientras tanto, empresas y asociaciones, cuando asumieron que sería imposible boicotear un proceso legislativo que ya parecía encaminado, decidieron cambiar la estrategia. Ahí comenzaron las reuniones entre las asociaciones y ciertos partidos políticos, donde el mensaje fue recibido con entusiasmo por la derecha: el Partido Popular, Ciudadanos y VOX. Todos se hicieron eco del sentir de la inmensa mayoría de los repartidores y reforzaron el discurso de que la regulación los estaría sentenciando a la precariedad, además de que la regulación significaba un retroceso en cuanto a la necesaria adaptación de la legislación frente a las nuevas formas de trabajo.

Las plataformas, por su parte, fueron buscando nuevas opciones que les dieran margen de maniobra. El objetivo de todo esto, como dijimos, era que la ley no se publicara como Real Decreto para poder tener la posibilidad de modificarla mediante enmiendas. Para eso, lo que necesitaban era tiempo y apoyo político. Así, entonces, en una de las últimas jornadas del diálogo social, lograron cerrar un acuerdo bastante extraño: aceptaban una regulación que abordara la laboralidad, pero una vez que se firmara la ley, se les debería dar un plazo de tres meses hasta su publicación, para que tuvieran tiempo de adaptar toda la parte operativa y administrativa a los nuevos requisitos. Al parecer, el rumbo que había tomado el proceso las estaba tomando por sorpresa. Esto fue en mayo del 2021, alrededor de nueve meses después de que el Tribunal Supremo se pronunciara. Sea como sea, esto se supo concretamente el día 11 de mayo, al mismo tiempo que Repartidores Unidos estaba realizando una nueva manifestación en las puertas del Congreso y en nueve ciudades más.

Fotografía 12. Protesta Repartidores Unidos frente al Congreso de los diputados.
Madrid, 2021



Fuente: <https://www.elperiodico.com/es/economia/20210511/repartidores-pro-empresa-manifiestan-hoy-11714758>

A la vez que plataformas y asociaciones seguían presionando, ahora a los diputados, lograron conseguir que la ley se retrasara para poder adaptarse. Es decir, aunque había acuerdo en el diálogo social, su publicación quedó fijada para tres meses después, el día 12 de agosto. Pero esto no fue todo. Un mes más tarde, el 10 de junio, la ley debía ser presentada ante el Congreso de los Diputados, quienes aprobaron el texto como Real Decreto, pero, además, previendo lo que vendría, votaron que se tramitara como proyecto de ley simple¹³². Aquel mismo día, el grupo de VOX anunció que interpondría un recurso ante el Tribunal Constitucional frente al Real Decreto, pues consideraban que la medida no se ajustaba al requisito de extraordinaria necesidad (Periódico Europapress, 2021b). Acto que realizó en julio, junto al Partido Popular. En otras palabras, todo esto significaba que la “Ley rider” seguiría dos vías, una recurrida y otra modificable. Así, si el Tribunal Constitucional invalidaba el Real Decreto, operaría el proyecto que aprobara el Congreso de los Diputados y el Senado, si es que lo hacían. Exactamente la oportunidad que las plataformas buscaban.

¹³² En ese proceso me contactó la diputada Mercé Perea, encargada de exponer la ley en el Congreso, y tuve el privilegio de ayudarla a preparar la presentación. Una parte de las ideas que han dado forma a esta tesis aparecieron ahí.

Ahí empezó una nueva etapa que hasta entonces no nos había tocado vivir, la de contar votos. Aunque no fue necesaria una gran campaña, ya que las posturas estaban bastante definidas, sí pudimos ver de cerca hasta dónde llegaba el poder de lobby de las plataformas. Y era a todo nivel. No sólo se reunieron con casi todas las fuerzas políticas, sino que también lo hicieron a nivel europeo. De hecho, tuve la oportunidad de estar en una de esas reuniones, concretamente entre Glovo y el Grupo de la Alianza Progresista de Socialistas y Demócratas en el Parlamento Europeo, representados por la eurodiputada Estrella Durá, que aceptó la propuesta con la condición de que una parte del equipo de UGT involucrado en la “Ley rider” estuviera presente. ¿Por qué se reunía Glovo con eurodiputados? Pues porque se había anunciado que para fin de año se publicaría una directiva europea sobre el trabajo en plataformas, por lo que, si se perdía la lucha en el Tribunal Constitucional y en el Senado español, había que trabajar en el rumbo que se podría fijar desde Europa.

En cuanto a las enmiendas realizada por los Grupos parlamentarios, aunque no es la intención profundizar en todas y cada una de ellas, sí es interesante resaltar algunos aspectos. Tanto el Partido Demócrata Europeo Catalán (PDeCAT), el PP y Ciudadanos, destacaron tres puntos principales: primero, rechazaron de facto la presunción de laboralidad y propusieron alternativas basadas en la ley AB5, en modelos mixtos o el Autónomo digital; segundo, todos se demostraron contrarios al deber de las plataformas a revelar los algoritmos, argumentando que son parte del secreto de empresa y un elemento fundamental en la competencia, de modo que se deberían transparentar únicamente los parámetros que afecten directamente en la organización del trabajo; tercero, todos fueron sumamente explícitos en aclarar que, cualquiera sea la forma de laboralidad adoptada, empezaría a contar exclusivamente desde la fecha de la aprobación de la ley, además de aumentar el plazo para su publicación. Todo lo cual, en otras palabras, significaba condonar la millonaria deuda a la Seguridad Social.

Lo de VOX es para analizar aparte, puesto que en términos simples proponían anular el proyecto por completo y readaptar la legislación a las nuevas formas de trabajo.

No deja de ser llamativo que los intentos de las plataformas por esquivar la laboralidad, esconder los algoritmos y conseguir la condonación de la deuda a la Seguridad Social, hubiesen llegado en forma de enmiendas al proyecto de ley en el Senado. A pesar de todo

esto, ninguna modificación fue aprobada y la ley quedó tal como venía del diálogo social. El recurso de VOX y el PP por el Real Decreto, por su parte, fue acogido por el Tribunal Constitucional en septiembre.

Así las cosas, a partir del 12 de agosto del 2020 entró en vigor la “Ley rider”. Lo curioso es que primero comenzó a operar el Real Decreto, y después, a partir del 29 de septiembre, continuó la ley simple.

9. Finalmente, la ley

Es un pequeño texto de sólo cuatro páginas, tres de las cuales están dedicadas a una exposición de motivos que apelan principalmente a la sentencia del Tribunal Supremo y a la necesidad de comprender las nuevas realidades laborales surgidas por la digitalización y los desafíos que plantea. Lo que es la ley en sí son sólo dos artículos: la introducción de una disposición adicional al Estatuto de los Trabajadores y una modificación en su artículo 64.4, al que se le agrega un nuevo punto. Aunque están publicados en orden de “importancia” -primero la modificación y después el agregado-, la secuencia lógica es la inversa, así que nosotros la leeremos al revés.

La base de la ley es la presunción de laboralidad de los repartidores de plataformas digitales, que se logró mediante una nueva disposición adicional al Estatuto de los Trabajadores, la vigesimotercera:

Por aplicación de lo establecido en el artículo 8.1, se presume incluida en el ámbito de esta ley la actividad de las personas que presten servicios retribuidos consistentes en el reparto o distribución de cualquier producto de consumo o mercancía, por parte de empleadoras que ejercen las facultades empresariales de organización, dirección y control de forma directa, indirecta o implícita, mediante la gestión algorítmica del servicio o de las condiciones de trabajo, a través de una plataforma digital (RDL Ley 9/2021, de 12 de mayo: 56737).

Después está la modificación del Estatuto de los Trabajadores en su artículo 64.4, donde se agrega una nueva letra, la d, que especifica que los representantes de los trabajadores tienen derecho a:

Ser informado por la empresa de los parámetros, reglas e instrucciones en los que se basan los algoritmos o sistemas de inteligencia artificial que afectan a la toma de decisiones que pueden incidir en las condiciones de trabajo, el acceso y mantenimiento del empleo, incluida la elaboración de perfiles (RDL 9/2021, de 12 de mayo: 56737).

Como vemos, su mérito no está en la laboralidad, que no es más que una ratificación de la sentencia del Tribunal Supremo, sino en su consecuencia: el acceso a los parámetros que consideran los algoritmos. Efectivamente, el artículo 64 plantea que los representantes de los trabajadores tienen derecho a conocer diversas cuestiones de la empresa y a ser informados y consultados sobre decisiones que los afecten, por lo que la introducción del acceso a los parámetros del algoritmo era un paso lógico que seguía a la presunción de laboralidad. Ese es el gran primer paso que logró la ley. A partir de aquí, no debiese haber más cajas negras organizando el trabajo de los repartidores. Además, la ley incluye explícitamente la “elaboración de perfiles”, que son ni más ni menos que los sistemas de reputación. Parece poco, pero no lo es. Para poder resquebrajar el complejo discurso que rodea a los algoritmos, que son las cajas fuertes de la economía de plataformas, y que se considerara necesario transparentarlos, fue necesario un larguísimo y constante trabajo de investigación, seguimiento, lucha política y organización, que fuera capaz de demostrar su importancia y desastrosas consecuencias.

Reflexiones sobre el diálogo social

1. La persecución

Tal como hemos revisado, al mismo tiempo que se iba desarrollando la batalla judicial y el frente legislativo, las prácticas puestas en marcha desde plataformas y asociaciones fueron creando un clima de polarización y fanatismo que llegó a niveles insospechados, dirigiendo la presión hacia los mismos repartidores que defendían la laboralidad. Comenzó así un proceso de represión y persecución a todo nivel, que terminó tomando la forma de un movimiento dispuesto a lo que fuera.

El objetivo era lograr establecer una sola verdad: la negociación de la ley no había sido transparente, los repartidores no habían sido escuchados y el único fin de los involucrados en el proceso era conseguir réditos políticos a costa de precarizarlos. El medio escogido

para difundir todo este contenido fueron precisamente los grupos de chat y las diferentes redes sociales que frecuenta el colectivo, donde se iban colgando mensajes y creaciones cada vez más explícitas, a veces derechamente falsas, a veces medias verdades, que ayudaron a crear un escenario hostil. Recurrentemente circulaban afiches, textos o imágenes en los marcos del discurso de la flexiguridad (Crespo y Serrano, 2012), donde se hacía una asociación constante entre conceptos como ley, gobierno, precariedad, sindicato, paro y pobreza. Quizás la frase que mejor logra expresar el argumento de fondo es la que apareció rayada en una pared de Barcelona durante el diálogo social, que también circuló constantemente por los grupos de chat: “Terrorismo laboral sindicoestatal”.

Fotografía 13. Terrorismo laboral sindicoestatal



Fuente: anónimo.

Hay un punto importante que resaltar sobre el contenido de estos mensajes. Fueron tan directos que lograron difundir la idea de que habían determinados culpables y cómplices, todos identificables, que por intereses personales y políticos estaban dispuestos a destruir la fuente de ingreso del conjunto de los repartidores, cosa que fue generando un sentido de indignación que radicalizó cada vez más las posturas, encontrando acogida en las ideas de la ultraderecha. Lo cierto es que muchas veces esa indignación rompió los límites del debate político y explotó directamente contra otros repartidores, haciendo que el conflicto se personalizara y perdiera todo su sentido, resultando en acoso y violencia. A miembros de Riders X Derechos los persiguieron por la calle, les sacaron fotografías, crearon grupos de chat para compartir imágenes privadas y los insultaron públicamente. Badr Eddine Hilali -Naruto-, presidente de AAR, destacó por su comportamiento grosero, machista y

acosador, llegando al indescriptible extremo de ir a intimidar al velorio de un miembro de Riders X Derechos recientemente fallecido.

Al igual que con las plataformas y su modo de burlar la ley sistemáticamente, se fue generando una sensación de impunidad entre los miembros más fanatizados de las asociaciones, lo que llevó a que los comportamientos se agravaran de modo progresivo. Aquí comenzó a emerger la figura de Fernando, nuestro entrevistado, delegado sindical de UGT en Glovo y miembro de Riders X Derechos, quien por su protagonismo mediático fue visto como una amenaza a la idea generalizada que se estaba logrando imponer. Se libró una verdadera persecución en su contra: lo fotografiaron en la calle, le rompieron la motocicleta, publicaron información y fotografías íntimas, lo discriminaron en reiteradas ocasiones por su orientación sexual, trucaron un sinfín de vídeos e imágenes de contenido homófobo con su cara, publicaron su domicilio y, una vez anunciado el acuerdo del diálogo social, lo amenazaron de muerte y lo golpearon mientras trabajaba. Una situación digna de grupos neofascistas. Evidentemente, todas estas acciones fueron a escondidas y bajo cuentas falsas, e incluso el agresor llevaba puesto el casco de motocicleta al momento del ataque. Quizás sobra aclarar que Glovo sí podría decir quién fue, ya que los repartidores están constantemente geolocalizados – hasta podrían decir a qué velocidad escapó-, pero por el momento no ha accedido a averiguarlo o revelarlo¹³³.

De esta manera, nos encontramos con que el llamado a la movilización por parte de las plataformas ha quedado muy lejos de aquella imagen que pretende presentar a un grupo de ciudadanos empoderados y organizados para luchar contra las injusticias de la burocracia, pues finalmente se ha recurrido a todo tipo de artimañas para fomentar las posturas extremas y dar forma a un movimiento radicalizado, más cercano a la fuerza bruta y las posiciones destructivas de la ultraderecha que a un grupo que propone soluciones coherentes.

¹³³ Esta serie de imágenes, vídeos y amenazas son de un contenido grotesco y forman parte de una investigación policial. Con el consentimiento de Fernando, adjunto una pequeña muestra en Anexos digitales, con el título “35. Persecución”. Como no es la intención seguir difundidos, sumado a que es parte de una investigación de la policía, dejo sólo las más “suaves”, para así poder tener una idea de qué estamos hablando.

2. La toma de posición de los repartidores

Dado el desarrollo quizás insospechado de los acontecimientos y la postura que tomó un sector importante de los repartidores, llegados a este punto es necesario intentar comprender a cabalidad qué sucedió en todo este camino y por qué se alcanzaron los extremos que hemos visto.

Más allá de las acciones deliberadas de las plataformas para intentar generar un clima favorable, no podemos ni debemos ver allí la única explicación al movimiento pro-autónomos. Los repartidores no son cajas vacías dispuestas a albergar pasivamente ideas impuestas. Hay que tener en cuenta cómo el contexto y las condiciones sociales que han configurado el fenómeno propiciaron este tipo de respuestas.

En este sentido, y hasta donde he podido ver, algunas explicaciones han caído en la tentación de establecer cierta causalidad entre el tipo de disciplina requerida por el modelo de trabajo y los efectos que habría tenido sobre el modo en que cada cual se posicionó frente a la regulación del sector, como si cada jornada de trabajo, mediante sus requerimientos encadenados a través de la plataforma, actuara como una suerte de entrenamiento ideológico. Sin embargo, aunque aquí no vamos a desconocer los principios de la organización del trabajo y qué tipo de repartidor intenta construir, debemos poner toda esta situación en un contexto más amplio, centrándonos en cómo se ha ido relacionando y desenvolviendo frente al resto de la sociedad. En otras palabras, habría que plantear un escenario bastante más simple: ¿qué piensa un repartidor cuando ha debido competir diariamente por su sustento bajo un modelo radical, aun a pesar de que distintas instituciones han dicho en reiteradas ocasiones que no debía ser así? El tema de fondo no está en cuánto o cómo el modelo de trabajo logró desatar procesos de subjetivación que hicieran a los repartidores representarse con la figura del emprendedor, sino en que ese modelo pudiera presentarse como la vía más segura en un contexto determinado.

Hasta donde puedo ver, hay un concepto que entrega las claves precisas para explicar esta situación. En el ya citado libro de Albert Cañigual (2020), *El trabajo ya no es lo que era*, el autor comienza intentando explicar las bases del funcionamiento de una plataforma y qué sería aquello que las diferencia respecto al servicio ofrecido por otro tipo de empresas. Allí destaca que uno de los sellos del sector es que su propio modo de operar

incentiva que se vayan tejiendo comunidades de usuarios, que son las que marcan su impronta. Esta característica se expresaría en la posibilidad de coordinar el mercado mediante la creación de redes entre profesionales y consumidores, donde ambos actuarían dentro de las condiciones y delimitaciones que impone la propia plataforma para su uso. Por tanto, para explicar el efecto que genera este proceso, utiliza un concepto fundamental: las define como espacios de gobernanza. Lo hace intentando dar cuenta del hecho de que cada plataforma está marcada por sus propias dinámicas, que incluso pueden diferir bastante entre ellas, y que los acuerdos que marcan las prácticas dentro de sus fronteras digitales son límites fijados por ellas mismas, independientemente del lugar donde se utilicen y las leyes que allí operen. Y tiene toda la razón. Si lo pensamos desde el plano laboral, se trata de empresas que despliegan sus métodos de organización del trabajo sin tener en cuenta las regulaciones de cada lugar, mediante los cuales sitúan a los trabajadores en un entramado complicado, sustentado en la operación de algoritmos que, al tiempo que generan fascinación en distintos sectores de cada sociedad, operan como cajas negras, en procesos amurallados y opacos. Las plataformas imponen que se trabaje del mismo modo en España, Italia, Colombia, Japón, Argentina o Sudáfrica, a pesar de que en todos ellos existen definiciones y regulaciones laborales diferentes. Así, indistintamente del lugar, han luchado hasta las últimas instancias por imponer sus propios principios, proceso en el que han desplegado una artillería discursiva seductora y disruptiva, donde sus tecnologías aparecen como medios reivindicativos contra las injusticias de esas mismas regulaciones. De tal modo que, cuando los distintos países comienzan a penetrar y comprender su funcionamiento para adaptarlos a las respectivas legislaciones, responden desatando largos, costosos y tediosos conflictos judiciales, que pueden llegar a durar años, y durante los cuales trabajan arduamente para poner en cuestión los principios que sostienen la regulación. En este sentido, sobra decir que el marco normativo de las relaciones laborales de cada país es un pilar fundamental de las democracias.

En el caso de las plataformas de reparto en España, una de las consecuencias fundamentales de la ardua batalla judicial que han librado y de la temeridad con la que han actuado, no sólo ha sido que efectivamente lograron situar en el centro de la discusión la figura del autónomo, sino que durante todo este tiempo construyeron un cerco entre la institucionalidad y los repartidores, quienes han quedado al margen de las protecciones y

derechos consagrados, operando de manera diaria prácticamente en la informalidad, expuestos al arbitrio de las empresas. No hablamos de una situación excepcional o de alguna sentencia incumplida por razones puntuales, sino de lo que se transformó en el estado normal de las cosas, tiempo en el que las plataformas han actuado a sus anchas, estableciendo sus propias normas de comportamiento, negociación y determinando tanto las características del día a día de los repartidores como los beneficios y resguardos a los que han podido acceder. No olvidemos que en todo este camino, los que hemos sido repartidores tuvimos que aprender a desenvolvernó en un entorno laboral explícitamente ilegal, conviviendo a diario con todo tipo de vulneraciones a nuestros derechos: desconexiones imprevistas, ninguna posibilidad de diálogo real, muertes de compañeros mientras trabajaban, aunque ninguna reconocida como tal, reajustes constantes en la condiciones, accidentes frecuentes y no sólo inexistencia de vacaciones, descansos y bajas médicas, sino incluso sanciones por ellas. Sin olvidar el telón de fondo principal: el enorme mercado informal de trabajadores sin permiso, quienes han llevado la competencia hasta el extremo, acelerando la precarización de las condiciones de trabajo.

La consecuencia inevitable de esta suma de factores es que poco a poco la legitimidad de las instituciones reguladoras y la percepción sobre su capacidad de acción se ha ido mermando con el pasar del tiempo, hasta acabar siendo prácticamente nula. A pesar de las decenas de actas de infracción acumuladas, actuaciones de oficio y sentencias declarando el fraude del modelo, la realidad es que nada de ello ha tenido efecto sobre el trabajo de los repartidores, quienes han debido seguir enfrentándose a las mismas condiciones a lo largo de los años. Dicho de otro modo, el Estado de derechos no ha sido capaz de imponerse y llegar hasta ellos, que han quedado en el espacio construido y gobernado por las propias plataformas.

Hay varias razones que explican este actuar timorato: los deseos de cualquier gobierno de inversión extranjera, que aquí ha venido bajo la forma de capital especulativo; el poderío discursivo de la digitalización, que pareciera una prioridad a cualquier precio; y también la encrucijada fundamental que, gracias a su mercado creciente, las plataformas han logrado plantear a la administración, pues no debemos olvidar que, a fin de cuentas, estadísticamente significan la ocupación de un sector cada vez mayor, donde destaca el colectivo de inmigrantes y sus complejas situaciones. Quizás sea por todo eso que nunca

se ha dejado caer el peso de la ley a quienes han vulnerado en reiteradas ocasiones derechos democráticamente consagrados.

En consecuencia, muchos repartidores prácticamente en ningún momento han visto posibilidades de éxito real en la opción de reclamar sus derechos. Al punto de que se ha transformado en una práctica común que, ante cualquier forma de vulneración, la primera y más efectiva opción sea ir a las oficinas a rogar favores, en vez de recurrir a sindicatos o Inspección de Trabajo para denunciar y reclamar lo que por ley corresponde. En esta dinámica también se debe considerar que las plataformas se han encargado de sacar a relucir todo su poderío intimidatorio: bufetes de abogados -incluyendo un exdirector de Inspección de trabajo-, valoraciones multimillonarias, desobediencia a sentencias, un mercado en crecimiento y campañas de lobby. Todo lo cual, a fin de cuentas, ha generado una sensación de impunidad que ha sido fundamental en la percepción del colectivo frente al problema.

De tal manera que, si a esta situación le sumamos la variable fundamental de que la gran mayoría somos inmigrantes, no costará comprender que hubo un sector importante que rápidamente comprendió que los principios bajo los que debían desenvolverse para labrar su futuro en este país eran los impuestos por las empresas, aquellas que les permiten obtener su sustento, no los de las leyes.

El verdadero sentido de que se constituyen como espacios de gobernanza, entonces, no está en la ilusión de crear redes de colaboración horizontales y reivindicativas, como dice Cañigüeral (2020), sino en que, dentro de sus propias fronteras, cada plataforma ha impuesto una determinada manera operar que, en la práctica, ha podido actuar como un modo de gobierno sobre los trabajadores, ya que son las instituciones que han marcado el devenir de su día a día, siempre desde una lógica eminentemente mercantil, distinta a las protecciones que establece la ley a través del derecho laboral. De ahí la constante batalla de nuestros días y la encrucijada que enfrentan las regulaciones europeas.

Hasta donde puedo ver, cuando la patronal sacó su texto explicando que la regulación del sector implicaría automáticamente la destrucción de casi el 80% de las fuentes de trabajo de los repartidores (Adigital, 2020b), el miedo comprensible y generalizado dejó entrever un problema mucho más profundo que la -a esas alturas predecible- radicalización. Y es

que, a partir de las experiencias, condiciones y expectativas de cada cual, hubo un porcentaje importante que prefirió mantener las cosas tal como estaban, por complicadas que fueran, pues, en el fondo, la modificación de las condiciones a través de una ley particular implicaba introducir todavía más incertidumbre. Una de las características fundamentales del proceso legislativo es que no vino acompañado de una política de reparación frente al conjunto de los repartidores, que reconociera y compensara todo el tiempo trabajado en condiciones irregulares, ni tampoco que los resguardara de las posibles respuestas de las plataformas frente a las nuevas condiciones. Y los repartidores sabemos mejor que nadie que las plataformas son capaces de dar respuestas inesperadas y radicales. Al contrario, la lógica desde la que se formuló la ley fue desde el supuesto básico de que serían las propias dinámicas del mercado las que regularían los actos y resolverían los problemas generados. La ley simplemente debía existir, de modo casi testimonial, pero lo que sucediera a partir de ahí forma parte de un orden intocable. De esta manera, ante la amenaza constante de despidos masivos y el riesgo de quedar expuestos a un mercado laboral precarizado e incierto, cabe pensar que hubo un sector importante de los repartidores que no vio en la regulación laboral una vía de protección, más bien al contrario. En un panorama así, la desregulación que proponen las plataformas parece una alternativa viable, más todavía si consideramos que se puede trabajar en varias al mismo tiempo. Consecuentemente, dado que el mercado del reparto a domicilio crece año a año a pasos agigantados y que las empresas aumentan su valor cada día, el mecanismo de la competencia que articula el trabajo logró ser lo suficientemente seductor. Por lo menos se trata de una dinámica ya conocida, lo que siempre es preferible a quedar sin trabajo de la noche a la mañana. De este modo, la filosofía de la meritocracia y el discurso del emprendimiento cobró toda su fuerza entre una población deseosa de mejorar sus estándares de vida.

Tal como me decía Sebastián, nuestro entrevistado que dejó el negocio familiar para lanzarse a la aventura del trabajo flexible:

- **Sebastián:** Pues es muy fácil, no hace falta que yo te lo explique. Yo te lo voy a explicar, pero todo el mundo sabe que en los trabajos asalariados te contratan cuatro horas y trabajas ocho. Esa es una de las cosas. Te meten de repartidor y te ponen a fregar platos cuando no hay pedidos. Vacaciones es

entre comillas, te las dan cuando a ellos les dé la gana. Vamos, yo no vivo en Marte, yo vivo en el planeta Tierra, y vivo en España; toda la gente que conozco: familiares, amigos, conocidos, todo el mundo que está contratado no está a gusto en su trabajo (...). Esa es la cruda verdad. Eso todo el mundo lo sabe.

Sebastián explica precisamente el argumento que se ha utilizado para respaldar la tesis de las asociaciones pro-autónomos: aunque hay que mejorar algunas cosas, las empresas tienen la disposición de hacerlo, siempre y cuando sea dentro de sus propios márgenes. Eso, en otras palabras, significa no destruir lo que hay, sino trabajar en conjunto hacia la misma dirección: el reconocimiento de un nuevo tipo de trabajador.

3. Las principales conquistas del discurso de plataformas y asociaciones pro-autónomos

Si pensamos en cómo se articulan algunas de las ideas que el discurso de plataformas y asociaciones ha logrado instalar, vale remitirnos al caso de Tamara, que es particularmente ilustrativo. Aun a pesar de estar en condiciones absolutamente adversas -trabajando de noche, cuidando a su hijo de día y con ingresos mínimos-, tras 15 años seguidos en el paro, la oportunidad de repartir para Glovo le cambió la vida, de modo que cualquier crítica contra el modelo la considera una nimiedad:

- **Entrevistador:** ¿Y tanto reclamo, entonces, contra las empresas, tú crees que es porque hay gente que no lo ha pasado tan mal?
- **Tamara:** No creo que la gente lo pase tan mal. No es tan precario, no. Yo he visto ahí que la gente trabaja sus horas, y si no quieren trabajar, es porque no les da la gana. Quieren la vida más fácil, ya está, así de claro. Duro de qué. Si tiene que llover, pues llueve. Si no te gusta mojarte, no cojas esas horas para salir. Te las quitas y ya está. Y te esperas hasta que haga buen tiempo (...)
- **Entrevistador:** ¿Tú crees que es como de vagos todo esto?
- **Tamara:** Sí, sí. Es que sí, son vagos, porque no solamente lo pienso yo. Son vagos, no quieren hacer nada. Quieren hacer lo mínimo, tener una estabilidad de sueldo y ya está. Es que son vagos, no les gusta.
- **Entrevistador:** Ya, sí te entiendo.

- **Tamara:** Si no te gusta, pues deja el trabajo a los demás que no podemos hacer otra cosa que esto. Si yo tuviera la edad que tienen, yo estaría todo el día.

Más allá de la apología al trabajo precario, Tamara encarna una situación que se repite bastante entre los repartidores, donde las ideas sobre lo que es ser autónomo o asalariado distan considerablemente de los principios que utiliza la ley para distinguirlos. Al parecer, se trata de una de las consecuencias fundamentales de la campaña pública contra la regulación, donde se difundió información antojadiza y con escaso rigor. De tal manera que, como la prioridad es sencillamente poder trabajar, y la experiencia ha demostrado que eso es más fácil estando dada de alta en el RETA, se han generado distorsiones importantes:

- **Entrevistador:** Entonces, ¿qué opinas de todo esto, del tema de la ley, de todo esto? ¿Cómo lo ves tú? (...)
- **Tamara:** La ley me parece bien. Pero, hombre, lo de la ley me parece bien para chicos jóvenes que no tienen responsabilidad, que los pueden utilizar como marionetas. Así de claro.
- **Entrevistador:** ¿Por qué?
- **Tamara:** La ley rider es para la gente joven, más bien. Pues tú no tienes familia, pues puedes trabajar rotativo, porque pueden hacerlo. Y los autónomos, para mayores de 40 años. Hala, ya está.
- **Entrevistador:** Pero se supone que debiese ser al revés, ¿no?
- **Tamara:** ¿Al revés? No, no, porque si no, no trabajan. Si a los jóvenes les das de autónomo, no trabajarían los fines de semana. Trabajarían sólo cuando les da la gana a ellos. Pero para que trabajen y la economía suba, ellos necesitan la disciplina de que alguien los esté mandando: “¿Tú quieres trabajar? ¿Tú quieres conseguir esto? Pues toma, esto es lo que hay”. Así...

Queda claro que el concepto de emprendedor o autónomo ha variado de significado, por lo menos entre algunos de los repartidores de plataformas, tornándose en una figura mucho más cercana a la del asalariado tradicional, aunque sin coberturas ni ingresos fijos,

pero sí con la libertad de combinar varias empresas a la vez, lo que le daría el toque de flexibilidad.

Si aceptamos todo esto, también deberíamos empezar a considerar la agencia política y las respuestas de los nuevos emprendedores de plataformas. Como hemos visto, ante la inminencia de la legislación y la fuerza de las estructuras regulatorias que pretenden eliminarlo, el nuevo emprendedor se revela, radicalizando su postura y haciendo propio los discursos y prácticas de las empresas, aunque no forme parte de ellas. Hace pocos años era impensable que esto pasara precisamente en un sector como el de los repartidores, que se había movilizó exactamente en la dirección contraria. La gran mayoría de las predicciones apuntaron a una cierta conciencia de clase o a la organización mediante reivindicaciones conjuntas, pero fueron cayendo en el camino, salvo honrosas excepciones. Cuando las cosas se pusieron realmente álgidas, un sector importante demostró sentirse identificado o protegido en los principios básicos de la economía de plataformas. Los repartidores, entendiendo o aceptando su posición de agentes en el mercado, vieron una comunión de intereses entre las plataformas y los suyos propios. En un escenario así, donde los trabajadores se sienten vulnerados y sentenciados a la precariedad a causa de la acción estatal, los discursos radicales están al alcance de la mano.

Esto es significativo. Generalmente, cuando los trabajadores comprenden que tienen intereses comunes que merecen conquistar o que están en riesgo de perder, el objetivo de la organización es crear un contrapeso frente al poder desmedido de la empresa y ampararse en normas que los protejan. Aquí, en cambio, los dardos jamás se apuntaron contra las plataformas, que fueron responsables de haber inflado una burbuja laboral a costa de exponer a los repartidores y saltarse flagrantemente la ley. Claramente, todo esto supone un fracaso del sistema laboral en su conjunto, pues si la experiencia no dijera que los trabajos promedio a los que se pueden aspirar serán en condiciones precarias, cabe pensar que la postura de la mayoría habría sido otra.

¿Cómo se explica, entonces, que pocos años antes los repartidores se hubiesen movilizó reclamando exactamente lo contrario? En este aspecto hay un hecho fundamental, y es que las primeras manifestaciones estuvieron comandadas por repartidores españoles o europeos, cuando todavía eran un porcentaje considerable del total. En las distintas

ciudades, por ejemplo, el núcleo fuerte de Riders X Derechos está compuesto por españoles. Esto es importante. Hasta donde puedo ver, los repartidores españoles entendieron que se estaban vulnerando sus derechos, pero no pasó lo mismo con los latinoamericanos, quienes encontramos en el modelo de las plataformas una oportunidad única para mantener en pie el proyecto migratorio y asegurar condiciones de vida mínimas. Así, una vez que los repartidores europeos fueron desconectados y se logró construir un cerco entre ellos y el resto, las tendencias cambiaron rápidamente.

Sobre esto también hay otro punto importante para reflexionar. Según he comprobado a lo largo de todos estos años, la disposición general de la mayoría de los repartidores inmigrantes es la de trabajar todo lo que se pueda para obtener la mayor cantidad de ingresos en el menor tiempo. No hay una gran preocupación sobre la importancia de mejorar las condiciones laborales, el significado que tiene el avance de este tipo de trabajo para la sociedad en su conjunto o el fraude flagrante que se comete a la Seguridad Social. Eso no es asunto de ellos. Y es entendible que así sea. La gran mayoría ya tiene preocupaciones de sobra como para pensar y movilizarse por temas estructurales de un país que no es el suyo. Por eso, en parte, la postura pro-laboralidad pudo haber llegado a ser tan impopular por momentos. Se hablaba de regular la competencia pensando en el tiempo libre y la calidad de vida, de ingresos fijos, además de seguridades y cotizaciones para contribuir al sistema colectivo. Pero muchos están de paso mientras dura la crisis de su país y pretenden regresar cuando la situación lo permita. Esto se encadena con que España no posee mecanismos de integración sólidos para los inmigrantes. A veces todo se reduce a las capacidades que cada cual tenga para moverse y encontrar oportunidades, de modo que es difícil esperar que se pongan del lado de la institucionalidad, sobre todo considerando que están en periodos personales y administrativos extremadamente complejos, donde muchas veces se vive al límite.

Dicho todo lo anterior, cabe preguntarse legítimamente quiénes son los repartidores que llevaron adelante el movimiento pro-autónomos: ¿españoles?, ¿inmigrantes?, ¿con o sin permiso de trabajo? Aunque no hay pruebas al respecto, existe la versión de que han sido en su mayoría los dueños de las cuentas alquiladas. Sabemos que una cifra muy elevada de los repartidores (alrededor del 50%) trabaja con cuenta alquilada, por lo que no sería raro que muchos de los titulares hayan sido los que dieron vida al movimiento. Tal como me comentaba la misma Tamara:

- **Entrevistador:** (...) ¿qué opinas de todo este movimiento que ha surgido entre los repartidores a favor del modelo de autónomos? ¿Cómo lo ves, lo de las asociaciones?
- **Tamara:** Están que no saben qué hacer, porque van a perder chollos. Pues que la mayoría van a perder cuentas alquiladas, van a perder dinero, no van a seguir el chollo con el que se ganaron un buen dinero.
- **Entrevistador:** ¿Tú crees que los de las asociaciones son los dueños de las cuentas?
- **Tamara:** Sí. La mayoría sí. La mayoría son de cuentas alquiladas.

En caso de ser así, lo realmente significativo es que perfectamente podrían haber ido a las manifestaciones acompañados por los repartidores que trabajan sus cuentas, quienes operan bajo un conjunto de condiciones sencillamente abusivas. Uno de los colectivos con mayor miedo a la legislación no era ni las plataformas ni los autónomos, sino los repartidores sin permiso de trabajo, entre los que había la certeza de que una de las primeras consecuencias es que se terminarían las posibilidades de seguir generando ingresos. Y, de hecho, el proceso legislativo prefirió mirar hacia otro lado y no hacerse cargo del asunto.

Este es un escenario perfecto para comprender la lógica neoliberal subyacente a todo el problema. En el caso de los repartidores inmigrantes y con cuentas alquiladas, el discurso de las empresas ha logrado forzar a tal nivel las cosas que se presenta como una alternativa razonable frente a las complejidades que enfrentan, por crudas que sean. Darle rienda suelta al crecimiento del mercado aparece como la solución más factible, incluso cuando hablamos de un problema de índole humanitario. Para qué gastar tiempo y recursos en intentar establecer regulaciones, derechos y responsabilidades, si las personas inmigrantes, con o sin permiso de trabajo, lo que necesitan es comer, y las plataformas les dan la posibilidad de luchar por lograrlo. Lo que habría que hacer, entonces, es dejar que actúen según sus propios principios, no llevar adelante una mesa de diálogo social que las regule, que además debería estar acompañada de una inversión considerable para reestructurar el Sistema de Acogida en su totalidad. En otras palabras, desde esta perspectiva, la regulación aparece no sólo como una mala decisión administrativa, sino también como un muy mal negocio.

4. Espacios de gobernanza anarcoliberales en sociedades ordoliberales

Si aceptamos que las plataformas han logrado ejercer en el día a día como espacios de gobernanza, lo que entre otras cosas explicaría la toma de posición de un porcentaje de los repartidores frente al conflicto, habría que entender la encrucijada que han planteado a las regulaciones ya no sólo desde su discurso seductor y la invitación a adaptarse a los nuevos tiempos, sino por la presión ejercida a partir de la diferenciación entre los principios del anarcoliberalismo y el ordoliberalismo (Foucault, 2009), que veíamos más arriba.

Como sabemos, uno de los pilares fundamentales del pensamiento ordoliberal es que entiende a la competencia en el mercado como el resultado de la producción constante de las condiciones que permitan su funcionamiento, estableciendo que es necesario regular y circunscribir el riesgo que asumen los sujetos a través de la consagración de un conjunto de derechos y seguridades; por lo que, en resumidas cuentas, el modelo aparece como el producto de una política deliberada y permanente. Mientras que el anarcoliberalismo, por su parte, comprende a la competencia en el mercado como un hecho natural y el fundamento mismo de la libertad individual, derivando en la vía del subjetivismo (Foucault, 2009), donde los propios mecanismos de la competencia actuarían como procesos de instrucción, en los que cada sujeto se vería empujado a aprender a explotar sus posibilidades y cualidades para volcarlas hacia el mercado, asumiendo los riesgos que conlleva.

El caso es que, a partir de todo lo que hemos revisado, podríamos decir sin miedo a equivocarnos que la organización del trabajo en las plataformas de reparto está fundada en los principios anarcoliberales, pues, en términos concretos, la raíz de su funcionamiento radica en eliminar las seguridades y supeditar todas las variables al principio máximo de la competencia, que actúa como el mecanismo articulador por excelencia, haciendo que la asunción de riesgos y la convivencia con el peligro aparezcan como el correlato fundamental en la trayectoria de cada repartidor. Teniendo esto en cuenta, entendemos que el conflicto que han desatado en los distintos países europeos donde han desplegado su forma de operar, viene dado por hacer crecer un modelo eminentemente anarcoliberal en sociedades estructuradas desde fundamentos ordoliberales. Aunque el fondo del problema no radica allí, sino en que tal crecimiento ha sido posible gracias a que han logrado plantear una encrucijada a las administraciones, haciéndolas entrar en contradicción, y derivando en que las diferentes instituciones

reguladoras demostraran ser incapaces de poner freno a su expansión. Recordemos que la explosión de las plataformas proviene de que supieron aprovechar hábilmente las grietas y oportunidades generadas por las políticas neoliberales tras la Gran Recesión del 2008, apareciendo como una solución rápida y efectiva para gobiernos y ciudadanos. Sin embargo, cuando se ha hecho evidente que encarnan un proyecto político radical, que pone en cuestión los marcos normativos y vulnera derechos sociales consagrados, su herramienta de presión ha sido la misma que hace unos años hizo ver con buenos ojos su arraigo y expansión: la innegable capacidad de hacer crecer mercados, que se sustenta exactamente en principios de organización que transgreden los consensos y seguridades propios de las sociedades ordoliberales, haciendo que la regulación aparezca como un arma de doble filo, o incluso como una mala solución.

De esta manera, los principios anarcoliberales operan no ya poniendo en tensión la institucionalidad y los derechos conquistados, sino directamente estrangulándolos para entorpecer sus procesos y forzarlos hasta el punto de revelar sus contradicciones, pues, desde esta perspectiva, no hay mayor derecho que el de competir.

Es en parte gracias a esto que, si en el 2017 el modelo del colaborador parecía un retroceso para los repartidores, en 2021, tras la lucha incansable de las plataformas para forzar las estructuras, no sólo era una buena opción, sino un camino deseado: la posibilidad de seguir compitiendo por asegurar el sustento.

En este sentido, y para terminar, habría que entender el problema desde las palabras de Milton Friedman, uno de los principales teóricos del anarcoliberalismo. Si Cañigual (2020) lo utiliza para naturalizar la irrupción del modelo de trabajo de las plataformas, nosotros lo usaremos para ilustrar que el caos, la presión, las contradicciones, las encrucijadas y la vulnerabilidad generada, están articuladas desde una lógica política definida:

“Solo una crisis real o percibida, produce un cambio real. Cuando se produce esa crisis, las acciones que se toman dependen de las ideas que están por ahí en ese momento. Esa, creo, es nuestra función básica: desarrollar alternativas a las políticas existentes, mantenerlas vivas y disponibles hasta que lo políticamente impensable se convierta en políticamente inevitable”
(Friedman, M, citado en Cañigual, 2020).

Conclusiones

1. Las plataformas y la ley

Aunque en un principio las expectativas eran que la “Ley rider” fuera un proyecto de regulación realmente ambicioso y que abarcara diversos sectores donde operan plataformas, queda a la luz que terminó siendo más bien un acuerdo mínimo, basado en el pronunciamiento del Tribunal Supremo, y realmente acotado, que actúa únicamente sobre el mundo de los repartidores, donde no hubo un intento por reparar los profundos problemas sobre los que se ha levantado el sector: la extensión del trabajo informal, los accidentes no reconocidos, los diversos derechos vulnerados y el fraude sistemático a la Seguridad Social. Aun así, todo esto no ha impedido que la ley sea promocionada ante el mundo como un gran paso en el cumplimiento de los derechos de los trabajadores y que las distintas organizaciones que participaron en su elaboración se pusieran con orgullo la medalla al mérito.

Aunque el acceso a los parámetros que consideran los algoritmos para organizar el trabajo es un punto a favor, y debe ser valorado como tal, la economía de plataformas en su conjunto todavía plantea grandes problemas a la legislación española.

De todos modos, y tal como era de esperar, las plataformas se han mantenido fiel a su línea de acción, llevando a que las tretas para no cumplir con su ley exclusiva se hayan extendido más allá de lo imaginable, tanto en el tiempo como en la forma. Lamentablemente, aunque tras la promulgación de la ley ocurrieron varias cosas, ninguna de ellas fue la laboralización del conjunto de los repartidores. Aquí nos encontramos con dos formas de resistencia, una contra el artículo de presunción de laboralidad y la otra contra el acceso de los representantes de los trabajadores a los parámetros del algoritmo para organizar la actividad.

2.1 La presunción de laboralidad

- Deliveroo

A pesar de que fue la que comandó la ofensiva del sector durante la batalla judicial a través de las primeras propuestas legislativas y la creación de asociaciones, con el tiempo comenzó una caída progresiva en el mercado a manos del agresivo ascenso de Glovo. Cuando la ley ya era un hecho, cumplió las reiteradas amenazas y decidió cerrar sus operaciones en el país, abriendo un Expediente de Regulación de Empleo (ERE) gestionado de manera absolutamente irregular, que dejó a más de cuatro mil repartidores

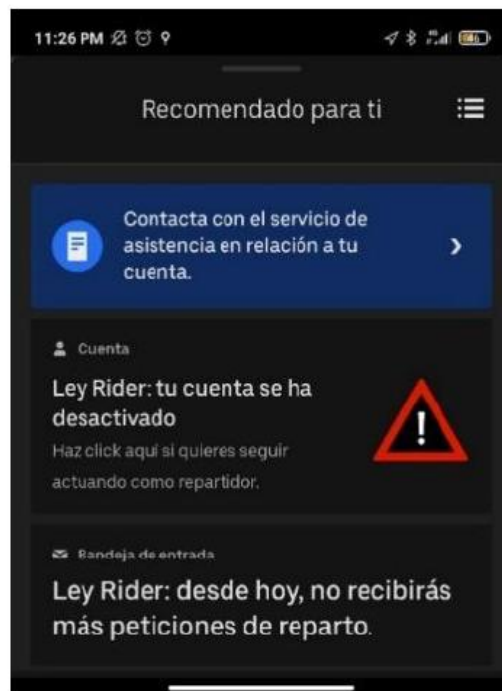
sin su principal fuente de ingresos. Una situación a todas luces lamentable, pues sólo confirma que su plan de expansión en España fue siempre mirando de reojo las posibilidades de ajustar el marco normativo a su favor. Una vez que aquello no ocurrió, inmediatamente se marchó. De todas formas, su figura sigue presente de cierta manera, pues también dejó tras de sí una cantidad considerable de juicios sin resolver, que se han seguido celebrando.

Ante tal panorama, no está de más recordar nuevamente que la regulación del trabajo, las mesas de diálogo y los procesos legislativos son parte del soberano y legítimo ejercicio democrático de cada país.

- [Uber Eats](#)

Uber Eats, por su parte, siguió un camino bastante más agresivo. La noche del 11 de agosto del 2021, horas antes de que la ley entrara en vigor, envió un mensaje a todos sus repartidores, advirtiéndoles que no podrían seguir trabajando. Esto significa que realizó un despido masivo y fraudulento que, sin previo aviso, le negó a cerca de tres mil doscientos repartidores la posibilidad de trabajar al día después. Evidentemente, se trataba de una medida de presión para intentar boicotear el estreno de la ley.

Captura de pantalla 13. Aviso despido Uber Eats



Fuente: facilitada por un sinnúmero de repartidores para realizar denuncias en Inspección de Trabajo y la Audiencia Nacional.

Ante tal situación, UGT y CCOO interpusieron una denuncia ante la Sala de lo Social de la Audiencia Nacional por ERE encubierto. En enero del 2022, el fallo de la sala fue en contra de los sindicatos, argumentando que no contaban con la implantación necesaria al interior de la empresa, lo que significa que no fueron considerados como representantes legítimos de los repartidores. Al parecer, y según indica la sentencia, la Audiencia Nacional decidió pasar por alto las numerosas, variadas y ocurrentes acciones de las plataformas para evitar la organización de los trabajadores y bloquear todo tipo de negociación colectiva: selección de un específico tipo de trabajador, desconexiones rápidas y arbitrarias, bonos en franjas donde hay previstas movilizaciones, conexiones con repartidores que mantienen a la dirección informada de lo que ocurre, además del propio modelo de trabajo, en el que cada uno debe dar vueltas por la ciudad en soledad y donde cada hora no trabajada significan menos ingresos.

Ante la evidencia abrumadora, tuvo que ser el propio Tribunal Supremo el que interviniera para anular la sentencia y aclarar las cosas, estableciendo que:

al tratarse de trabajadores que tenían aparentemente la condición de autónomos, tampoco existen Delegados de Personal, Comités de Empresa o Secciones Sindicales que pudieran interponer una demanda de despido colectivo, quedando los trabajadores afectados en una auténtica indefensión, ante la imposibilidad de impugnarse colectivamente el despido (STS 3193/2022, de 20 de julio: 11).

El hecho de que la Audiencia Nacional negara a los sindicatos la posibilidad de representar legítimamente a los trabajadores frente a una situación indiscutiblemente abusiva, considerando además que se trata de una empresa que ha impedido sistemáticamente la organización, es una alarma que no se puede dejar pasar, pues deja ver hasta qué punto la lógica empresarial ha logrado penetrar.

Tras el juicio, Uber Eats tardó poco tiempo en volver a prestar sus servicios en todo el país, esta vez a través de Empresas de Trabajo Temporal (ETT), cosa que, como ya sabemos de sobra, en realidad supone una cesión ilegal de trabajadores.

Al momento de cerrar esta investigación, la última noticia sobre la plataforma es que volvió a contactar con sus antiguos repartidores de modo masivo para anunciarles que

implementará un nuevo modelo de trabajo autónomo, que estaría diseñado para esquivar la “Ley rider”¹³⁴.

- [Glovo](#)

Si Uber Eats ha sido más agresiva que Deliveroo, lo de Glovo sólo se puede calificar de temeridad. Aunque ya era la plataforma más radicalizada en el 2020, y lo demostró al dejar la patronal CEOE en pleno diálogo social, a partir de que entrara en vigor la presunción de laboralidad su actuar debe ser catalogado como el de una empresa que se ha declarado en rebeldía frente al Estado de derechos.

Tras que el 12 de agosto se publicará la ley, los días siguientes Glovo continuó operando exactamente de la misma manera que los años precedentes, en fraude flagrante. Al poco tiempo después, implementó una nueva versión de su plataforma, publicitada con el poco riguroso nombre de “Aplicación inédita”, diseñada para esquivar la ley y mantener a los repartidores como autónomos, lo que sería posible gracias a que eliminaría todas las notas de ajenidad que por tanto ha arrastrado. Para ello, comenzó preparando el terreno días antes de la promulgación de la ley, el 28 de julio, cuando envió un correo a todos sus repartidores, donde les daba la posibilidad de elegir de qué modo querían trabajar en el futuro: autónomo o laboral.

¹³⁴ Adjunto en Anexos digitales el vídeo promocional del nuevo modelo: “36. Nuevo modelo autónomos Uber Eats”.

Captura de pantalla 14. Autónomo o laboral

Como hemos tenido oportunidad de comentar, desde Glovo hemos revisado y trabajado distintas alternativas para operar en España para dar cumplimiento a la regulación.

Así, la nueva operativa incluirá dos opciones. Por un lado, estará la **opción laboral** para determinadas actividades, con horarios y retribuciones fijas y rutas concretas.

Y, por el otro, vamos a lanzar un **modelo inédito para autónomos en España** que sigue el criterio establecido por el Tribunal Supremo y el Tribunal de Justicia de la Unión Europea. Este modelo inédito tendrá nuevas características y permitirá simultanear otras aplicaciones y actividades con total flexibilidad, autonomía e independencia.

Por favor indícanos cuál es tu modelo de preferencia:



Nuevo Modelo

Si eliges el modelo inédito para autónomos, clicas el botón

MÁS INFORMACIÓN



Opción Laboral

Si tu preferencia es opción laboral, clicas este botón

MÁS INFORMACIÓN

Fuente: facilitada por cerca de 80 repartidores para una denuncia interpuesta en Inspección de Trabajo.

Al pinchar en la opción asalariado, aparecía un mensaje anunciando que los datos serían cedidos a una ETT para su gestión, aunque no especificaba en cuánto tiempo se podría volver a trabajar. No obstante, la opción para autónomos comenzó a operar casi de inmediato, en septiembre. En consecuencia, desde que entró en vigor la ley, y hasta diciembre de aquel año, la única manera de poder seguir generando ingresos era optando por el modelo de autónomos, para lo cual primero había que aceptar obligatoriamente un contrato de “Términos y condiciones” excesivamente largo y complicado, que ni siquiera es posible descargar para revisarlo con un especialista.

Aunque a estas alturas ya no sorprenda a nadie, el tema de fondo es que la nueva aplicación para autónomos continúa otorgando el control total a la empresa al momento

de asignar trabajo y establecer la remuneración, pero de un modo un poco más enrevesado. Funciona así:

- 1- Se supone que ahora cada repartidor podrá elegir cuánto cobra por cada trabajo realizado. Para ello, en el momento de conectarse a la aplicación –al principio del turno-, aparecen una serie de multiplicadores de tarifa que se ponen a disposición. Se puede seleccionar sólo una vez al día (al comienzo), y va desde el 0,7 al 1,3:

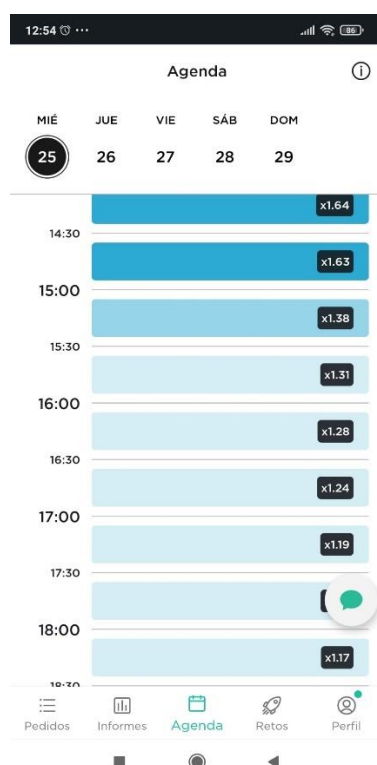
Captura de pantalla 15. Multiplicador personal



Fuente: facilitada por Fernando, nuestro entrevistado. Corresponde a septiembre del 2021.

Ahora bien, la tarifa base por cada pedido, que sigue siendo fijada por la empresa, está en 1,20€. A eso se le suman dos variables según el recorrido: por un lado, un pago de 34 céntimos por cada kilómetro realizado y, por otro, 5 céntimos por cada minuto que se debe esperar en el *partner* para recoger el pedido. El resultado de eso se multiplica por otro bono, que es fijado a cada media hora por la empresa según la demanda, el más común es x1.15.

Captura de pantalla 16. Multiplicadores cada 30 minutos



Fuente: facilitada por Fernando, nuestro entrevistado. Corresponde a septiembre del 2021.

Por último, al resultado de todo esto se le agrega el multiplicador que el repartidor seleccionó al principio del turno, haciendo que la ecuación quede así:

Captura de pantalla 17. Fórmula para calcular el pago por pedido

The screenshot shows the 'Ganancias' screen of an application. At the top, there's a status bar with the time 12:44 and battery level 87%. Below the status bar, there's a back arrow and the title 'Ganancias'. The screen displays a calculation for the payment for an order. The calculation is shown in a table format with two columns: the description of the calculation and the result. The results are in Euros (€). The calculation is as follows:

Tarifa base:	1,20 €
KM: 0.6 km x 0,34 € =	0,21 €
Tiempo de espera: 0.0 extra min x 0,05 € =	0,00 €
Subtotal:	1,41 €
Bonus:	1.26x
Multiplicador	1.1x
Total:	1,95 €

Fuente: facilitada por Fernando, nuestro entrevistado. Corresponde a septiembre del 2021.

El resultado es que es absolutamente imposible saber cuánto se va a cobrar por cada pedido entregado, pues queda casi a la entera disposición de la empresa.

Además, dado que sigue siendo el propio algoritmo el que, según criterios opacos, selecciona al repartidor para hacer un pedido, sumado a que no hay cómo saber el multiplicador elegido por los demás compañeros, la ley de oferta y demanda opera transformando el proceso en una subasta a la baja, ya que la plataforma selecciona con más frecuencia a aquellos que han escogido los multiplicadores más bajos. Por tanto, si tenemos en cuenta que existe la opción de seleccionar un multiplicador de 0.7, queda claro que la nueva aplicación inédita construyó un escenario donde los repartidores compiten para trabajar por debajo de la tarifa mínima impuesta.

Además de esto, poco a poco la empresa comenzó a contratar a un pequeño porcentaje de sus repartidores, que no supera el 20%, quienes se dedican a cubrir la demanda de sus *dark stores*. En otras palabras, Glovo simplemente implementó de manera deliberada e informal el modelo mixto que no había recibido apoyo suficiente en el diálogo social, dividiendo su flota en autónomos ilimitados y escasos asalariados, dando la opción de “elegir” bajo qué régimen ampararse.

Pocos días antes de cerrar esta tesis, Inspección de Trabajo publicó dos nuevas actas de infracción contra la empresa, en Barcelona y Valencia, donde esta vez hay 8.331 y 2.283 trabajadores afectados, respectivamente, con una multa que asciende hasta los 79 millones de euros. Dado que ambas actuaciones se refieren al periodo justo anterior a la publicación de la ley, la plataforma, como era de esperar, ha basado su defensa pública en el argumento que ya de sobra conocemos: las cosas han cambiado desde el momento de la actuación (Periódico *elDiario.es*, 2022a). Por su parte, la ministra Yolanda Díaz ha aparecido en los medios de comunicación condenando vehementemente la forma de actuar de Glovo. En concreto, dijo que:

El peso de la ley va a caer sobre esta empresa, como ya ha caído con Inspección de Trabajo. En segundo lugar, esta empresa está obstruyendo la labor de Inspección de Trabajo, y me van a permitir que diga que es gravísimo en un Estado social y democrático de derecho, en el que las empresas tienen también que cumplir la ley. Por lo tanto, lo que ha hecho

Glovo son dos vías de actuación gravísimas, insisto: vulneración de derechos fundamentales de los trabajadores y, en segundo lugar, obstrucción a la labor de Inspección de Trabajo. Por esta razón, se ha actuado contra esta empresa regularizando a más de 10.600 trabajadores y trabajadoras y el importe de la multa y de las sanciones, como ven, llega casi a los 79 millones de euros. Insisto, en un Estado social y democrático de derechos la ley se le aplica a todo el mundo, a esta empresa también. Y desde el Ministerio de Trabajo y Economía Social, créanme, no vamos a parar. Van a cumplir la ley (Díaz, 2022).

Aunque es la primera vez que aparece alguien del gobierno diciendo cosas de este calibre, al parecer la disposición de Glovo es abrir una nueva batalla judicial, esta vez contra la ley. Todo apunta a que, tal como ocurrió en Francia, están intentando resistir hasta que haya un cambio de gobierno favorable. Sin embargo, gracias a la oportunidad planteada por la próxima reforma del Código Penal, el gobierno anunció que propondrá hasta seis años de cárcel para quienes atenten de forma reiterada contra la legislación laboral (Periódico elDiario.es, 2022b).

En una línea parecida, desde el primer momento que Glovo implementó el nuevo mecanismo en su aplicación, Riders X Derechos comenzó a pedir públicamente un proceso penal para que se castigue con cárcel a sus principales directivos, no sólo porque no podemos olvidar que la empresa lleva a cuentas la muerte de dos trabajadores -que bajo la “Ley rider” se deberían procesar como accidentes de trabajo e investigar responsabilidades-, sino porque, al parecer, es la única vía que va quedando para obligarlas a cumplir la normativa.

2.2 El acceso de los representantes de los trabajadores a los algoritmos

Para poder dar cumplimiento a la nueva letra que la “Ley rider” añadió al artículo 64.4 del Estatuto de los Trabajadores, lo que se necesita es que haya elecciones sindicales y se conformen comités de empresa, puesto que son los representantes de los trabajadores los que pueden tener acceso a las diferentes cuestiones que los afecten. Como decíamos, esta ha sido toda otra línea de resistencia por parte de las plataformas. Al momento de cerrar esta tesis, más de un año después de que se promulgara la ley, todavía no existe la

posibilidad de que los comités de empresa puedan acceder a los parámetros que utilizan los algoritmos para organizar el trabajo. Primero, porque Deliveroo ya no está; segundo, porque Uber Eats externalizó toda la actividad; y, tercero, porque Glovo se ha resistido hasta las últimas consecuencias. Aunque en el último tiempo se han celebrado unas pocas elecciones sindicales en sus *dark store*, los principales representantes de las asociaciones pro-autónomos han aparecido en listas del sindicato de ultraderecha Solidaridad, consiguiendo representación mayoritaria en algunos casos, con lo que han logrado que, por el momento, y aunque es un derecho consagrado, permanezca vetado. Además, cabe esperar que cuando sea posible conseguir representación y sentarse a esclarecer estos asuntos, la empresa sólo acceda a mostrar el funcionamiento algorítmico que afecta a los repartidores de las *dark store*, es decir, aquellos que están contratados, cuentan con horario fijo y que no superan el 20% del total, cuando todo el objetivo del proceso ha sido abrir precisamente la organización de la competencia entre los falsos autónomos. Probablemente ahí nos enfrentemos a una nueva batalla, esta vez de organización sindical dentro de la plataforma.

Por todo esto, el Ministerio de Trabajo y Economía Social lanzó una guía práctica sobre transparencia algorítmica destinada a formar a los representantes de los trabajadores para que intenten dar cumplimiento al acceso a los parámetros de los algoritmos¹³⁵. Su contenido es bastante genérico y todavía no está claro qué tan efectiva pueda ser, así que por ahora parece más bien una opción desesperada ante las constantes negativas de las plataformas a cumplir con la ley.

Mientras tanto, desde la Unión Europea se había formado una comisión para proponer una directiva sobre las plataformas de trabajo. Aunque su publicación estaba prevista para finales del 2021, todavía no llega. De todas formas, es importante destacar que sí se publicó un primer avance de lo que sería su contenido, que iba claramente en la línea de la laboralización de los trabajadores, en una estructura similar a la ley de AB5 de California. Todo esto causó repercusión y preocupación en el mundo de las plataformas, derivando en que, según todo indica, se diera paso a una campaña de lobby que ha logrado frenar su publicación en más de un año. Por el momento, permanecemos a la espera del posicionamiento de la Unión Europea.

¹³⁵ La adjunto en Anexos digitales: “37. Guía práctica sobre transparencia algorítmica”.

3. El emprendedor disruptivo y la escasa voluntad de sanción¹³⁶

Antes de cerrar este trabajo, pienso que es necesario reflexionar sobre algunas cuestiones que han sido centrales a lo largo de todo el camino.

Como sabemos, entre las distintas y aún persistentes consecuencias generadas por la Gran Recesión de 2008, una de las fundamentales ha sido el marcado optimismo tecnológico que se desató, posibilitado por la comunión entre el capital riesgo, deseoso de invertir en nuevos sectores que encandilaran a la sociedad, y el vertiginoso y caótico mundo de las *start-ups*, que opera bajo el no menor objetivo de lograr revolucionar distintos mercados para transformar el modo en que se hacen ciertas cosas, prometiendo tasas de retorno colosales.

En toda esta aventura especulativa, uno de los focos preferidos ha sido el de las plataformas de trabajo, donde la misión disruptiva radica ni más ni menos que en hacer operar un nuevo modelo laboral, siempre bajo el objetivo de que después se pueda legitimar. Esto significa que más allá del desarrollo de tecnologías revolucionarias, el punto crítico que marca el éxito o fracaso de este tipo de empresas en realidad depende del trabajo político que sean capaces de desarrollar, pues, al tratarse de un sector que propone una forma de organización que transgrede derechos laborales y acuerdos democráticos, más temprano que tarde chocan de lleno contra las diferentes regulaciones. Se trata, entonces, de un momento prefijado en la ruta de la plataforma, sería difícil imaginarlo de otra manera. El caso es que, en ese proceso, a través de los distintos países, hemos podido presenciar todo tipo de estrategias para llevar adelante sus objetivos, afectando directamente en la vida de miles de trabajadores y poniendo en cuestión los fundamentos que respaldan los marcos normativos.

Todo esto también hace difícil imaginar que el capital riesgo sea vea tentado a invertir en una empresa que no parezca determinada a validar su modelo para poder generar rentabilidad, independientemente de la calidad de su idea o lo promisorio que parezca su tecnología. Dado el panorama, sería sencillamente ingenuo pensar que el objetivo es invertir exclusivamente en proyectos viables y de calidad, porque, de ser así, no invertirían en otros tan marcadamente transgresores y derechamente ilegales. En suma,

¹³⁶ Fue escrita antes de que el gobierno anunciara la intención de castigar con cárcel a quienes vulneren sistemáticamente la regulación del trabajo.

pareciera ser que lo que buscan no sólo son empresas rentables, sino aquellas que demuestren la capacidad de subvertir el estado de las cosas para llevarlas a su favor. Aquí es donde aparece el emprendedor disruptivo y sus tecnologías revolucionarias en todo su esplendor. Y es aquí también donde está lo delicado. Pues quizás no está de más recordar que el CEO de una plataforma importante no es un político idealista ni el líder de un movimiento social, sino un empresario -muchas veces demasiado joven- con financiación multimillonaria, que busca hacer crecer su compañía.

En consecuencia, esta relación esencialmente especulativa entre la *start-up* y el capital riesgo, donde uno tiene el deber de saber vender el éxito futuro y el otro de intuirlo, ha dado paso a la construcción de un perfil sobre cómo debiese ser y comportarse el CEO de una empresa que transformará el estado de las cosas, lo cual ha dado crédito a la aparición de personalidades prepotentes y plagadas de excesos. Y es que, al parecer, la temeridad e irresponsabilidad son algunos de los rasgos más valorados al momento de asegurar el retorno a los inversionistas, del mismo modo que el convencimiento ciego en una idea, aun con evidencia empírica y sentencias en contra, parece ser interpretado como una marca de éxito distintiva entre quienes portan el don del emprendimiento. Así las cosas, la experiencia de las plataformas de trabajo nos invita a pensar que, lamentablemente, aquellas más agresivas y radicalizadas son las que tendrán mayores probabilidades de conseguir la financiación que les permita expandirse por el mundo.

Todo este caldo de cultivo arroja un resultado peligroso: empresas firmemente financiadas, con un objetivo político y dirigidas por emprendedores alentados a imponer sus ideas a como dé lugar.

En este sentido, la escasa voluntad de sanción que ha existido alrededor del mundo sobre los emprendedores de plataformas permite comprender uno de los puntos de fondo del problema. Pareciera que el objetivo de la digitalización y la adaptación de la estructura productiva de cada país de cara al futuro próximo, que viene de la mano precisamente con este tipo de compañías, ha transformado a los altos mandos de las tecnológicas en intocables. La vulneración de los derechos de los trabajadores en este sector se ha transformado en un acto cotidiano e impune y da la sensación de que existe cierto margen de error en los nuevos modos de trabajo, hasta que en algún momento las compañías den con la tecla correcta. Mientras tanto, asistimos a la creación de burbujas financieras y

experimentos laborales que practican una política del todo vale. Pensemos, por ejemplo, en el caso de WeWork. Se trata de una *start-up* dedicada a la gestión de espacios para *coworking*, que llegó a estar valorada en la escandalosa cifra de 47 mil millones de dólares -47 billones- y que en unas pocas semanas se desplomó, dejando a miles de empleados en la calle. Hablamos de una empresa del montón, dedicada a un asunto tradicional y corriente, pero con un toque digital, lo que le alcanzó para seducir inversionistas y crear su propia burbuja. El caso es que, tras el colapso, su CEO, gracias al simbólico acto de vender sus acciones particulares a tiempo -*Soldado que arranca sirve para otra guerra*, dirían en mi país-, salió de la empresa con la no menor tajada de casi mil millones de dólares para su propio bolsillo (British Broadcasting Corporation, 2022). Algo que sólo puede ser calificado como un disparate. Hablamos de un joven que con 10 años de trabajo dedicados a vender e inflar una compañía que nunca fue rentable, finalmente logró hacerse multimillonario. Y no ha pisado la cárcel un solo segundo. Negocio redondo. Tampoco han pisado la cárcel Travis Kalanick y Garret Camp de Uber, Oscar Pierre ni Sacha Michaud de Glovo o Will Shu de Deliveroo. Aunque todos ellos han abusado sistemáticamente de miles de trabajadores y han defraudado con alevosía a la Seguridad Social. Y todos se han hecho millonarios precisamente gracias a eso. Claramente no es un modelo sostenible en el tiempo y que sienta un mal precedente.

La pregunta es obvia, ¿hasta dónde llega realmente la soberanía de los países frente al autoproclamado futuro de la economía? Pareciera ser que queda bastante limitada, reducida más bien a la publicación de sentencias y el reclamo de impuestos.

4. Los datos y la realidad deformada

Ahora bien, también hay otro punto importante que reflexionar en cuanto a los medios empleados para poder llevar a cabo todos estos objetivos disruptivos. A pesar de que ya los hemos analizado en profundidad y hemos destacado que todos se caracterizan por la temeridad, vale que nos detengamos un momento en la posibilidad de presentar la realidad de un modo favorable.

Como ha quedado claro, una de las estrategias básicas y transversales de las plataformas en su lucha contra la regulación es la de no revelar datos. No obstante, también hemos visto que cuando las circunstancias lo requieren, se apoyan en ellos para sostener sus posturas. Algunos de estos datos han sido publicados por las propias plataformas e incluso

la patronal ha redactado tres informes, donde se han planteado cosas tales como que los repartidores ganan en promedio 10€ por hora, que el 80% está encantado con el modelo de trabajo, que sólo un 8% desea un contrato laboral o que dos de cada tres prestarían sus servicios menos de 20 horas a la semana. Una serie de datos que modelan una cierta imagen del trabajo y que invitan a hacerse una idea totalmente parcializada de sus características generales. El punto es que son datos que contradicen la experiencia y que además son incontrastables, pues no hay cómo saber de qué modo se formularon o si realmente son el resultado de un sondeo. Por ejemplo, aunque cada plataforma ha difundido diversas encuestas que confirmarían la preferencia de los repartidores a seguir trabajando como autónomos, sólo sabemos que cada cierto tiempo llegan cuestionarios por correo electrónico, pero no cómo se procesan o siquiera si realmente lo hacen.

De esta manera, uno de los grandes problemas a los que nos hemos enfrentado durante todo este camino es precisamente el del ocultamiento y la especulación de datos. La política del secretismo nos ha negado la posibilidad contrastar las diferentes aseveraciones de las plataformas, ya que ni siquiera podemos saber a ciencia cierta cuántos repartidores hay en una ciudad. La consecuencia es que se ha hecho prácticamente imposible hacer afirmaciones sobre las tendencias del sector, logrando que todo quede reducido a la inclinación política de quien la expresa.

Una pequeña anécdota al respecto.

En aquella reunión a medianoche entre Darío -el coordinador de operaciones de Deliveroo- y algunos repartidores, hubo un momento en que, en medio de la discusión por la tarifa variable, le planteamos que el gran problema de todas esas transformaciones era que estábamos ganando menos dinero que antes y que nosotros sabíamos que no era verdad lo de los 10€ por hora. Pero Darío, con toda la seguridad del mundo, nos dijo:

- **Darío:** Sí es verdad, y te lo digo. Y tengo todas las pruebas y todos los números de que, en Madrid, la media de los riders es de 10 euros la hora, salvo el mes de agosto.

¿Cómo se contradice una afirmación así, que se formula incluso delante de los afectados? Un dato de ese tipo solamente apunta a que cada cual cuestione su propio rendimiento, pues perfectamente se podría dar el caso de que la media sea de 10€ la hora y el problema radique en el desempeño personal. Era la experiencia contra unos datos opacos. Nosotros

sabíamos que estábamos cobrando menos, pero él estaba seguro de que estábamos cobrando más. Tuvo que ser el sindicato IWGB (2021) el que, tras una no menor inversión, pudiera revelar que aquellos números se daban bajo parámetros arbitrarios que deformaban la realidad: considerando sólo el tiempo que el repartidor tiene un pedido en la mochila y las horas de trabajo en alta demanda. Pero Darío no dio esos detalles en la conversación.

Se trata de una práctica, entonces, que ha sido llevada hasta el extremo, interponiendo una serie de barreras hacia las fuentes de información y haciendo realmente difícil saber a ciencia cierta cuál es el estado de la cuestión. Aquí nos encontramos con la misma estrategia especulativa que se ha usado para afianzar a las plataformas en el mercado y crear una imagen inflada sobre su éxito, pero que ha sido sumamente efectiva a la hora de refutar los análisis de las instituciones fiscalizadoras y frenar los deseos de regulación de los gobiernos. Afirmaciones tales como que los negocios son rentables, cuando no lo eran (WeWork); que las tecnologías funcionan, cuando no lo hacen (Theranos); que los usuarios son gente común y corriente, cuando no lo son (Airbnb); que los trabajadores prefieren la flexibilidad de poder trabajar a la hora que deseen, cuando lo que sucede es lo contrario (Uber); que los repartidores ganan 10€ la hora, cuando ganan entre 5€ y 7€, sin descontar los gastos (Glovo, Uber Eats y Deliveroo); o que hay sentencias en contra y otras a favor. Es el *faked, faked until you maked* de Silicon Valley llevado a la práctica diaria.

5. El consumo responsable

Habría que evaluar qué tan eficaces han sido este tipo de estrategias en la formación de opinión del conjunto de la sociedad frente a la arremetida de las plataformas. Aunque no se puede negar que el modelo ha logrado captar cada vez más la atención y que ha tenido una repercusión considerable en los medios de comunicación, lo cierto es que las plataformas de reparto han aumentado año a año su clientela, o por lo menos eso han dicho (Adigital, 2019). Todo esto, incluso considerando que a lo largo del camino contamos con varios escándalos laborales y humanitarios, además de tres accidentes mortales de repartidores en condiciones intolerables. Lamentablemente, y al contrario de lo que todos pensábamos, el país prácticamente no se inmutó con las noticias. En cada una de las muertes, todo quedó relegado a determinadas investigaciones de prensa con

connotaciones detectivescas, pero en ninguna pareció que se hubiese cruzado una línea roja o que el futuro de la plataforma estuviera en cuestión. Ante tal situación, es legítimo preguntarse cómo habrían sido las respuestas de la prensa, partidos políticos, sindicatos, consumidores y opinión pública en general, si al menos uno de los tres repartidores fallecidos hubiese sido español.

Así las cosas, no podemos olvidar que un aspecto fundamental de la democracia, tal como se entiende desde la teoría neoliberal, y que también es una de las banderas de la economía de plataformas, es precisamente la sanción desde el consumo responsable como factor crucial en la regulación del mercado y la competencia (Foucault, 2009). Y es que, al parecer, efectivamente ha quedado en manos de los consumidores la responsabilidad de sancionar determinados comportamientos mediante la demanda. Un proceso que actualmente se presenta como ejercicio de derechos y que, no obstante, se ha dirigido especialmente hacia la posibilidad de valorar la conducta de los propios trabajadores. Eso es un problema. La idea del consumo responsable, tan en boga en nuestros días, solamente legítima la falta de regulación, la precarización de las condiciones de trabajo y la idea de que los mercados son capaces de gobernarse por sí mismos.

En este contexto, palabras como las de Lior Strahilevitz (profesor de derecho en la Universidad de Chicago -cómo no-) toman completo sentido:

Imagine si fueran evaluados todos los fontaneros, productos manufacturados, proveedores de telefonía móvil, constructores, profesores, peluqueros, contables, abogados, profesionales del golf y taxistas [...]. En un mundo así, habría menos necesidad de supervisión legislativa y recursos jurídicos porque los consumidores supervisarían por sí mismo la mala conducta profesional (citado en Slee, 2015: 116).

Definitivamente es una idea peligrosa y que ya sabemos hacia dónde lleva.

Queda claro que estamos en presencia de empresas que no sólo están pensadas para la competencia y el lucro a gran escala al menor coste posible, sino que además han llevado adelante todo un proyecto político que ha logrado desplegar una campaña en distintos lados del mundo en favor de una liberalización de las regulaciones laborales. Uno de los

propósitos de esta investigación ha sido precisamente llamar la atención sobre ese proceso, junto con intentar identificar y explicar los fundamentos que lo han guiado. De esta manera, y a modo de un resumen perfecto sobre todo lo que aquí hemos hablado, vale que nos quedemos con lo que dice el blog de la gigante plataforma estadounidense TaskRabbit, en una entrada ya eliminada, donde en referencia a Adam Smith, planteaban que:

Smith dice que los Gobiernos deberían limitarse a ofrecer un sistema de mercado sin restricciones para que la gente intercambie bienes y servicios, y luego largarse con viento fresco. Las fuerzas del mercado se ocuparán de todo lo demás. ¡Sí, estamos totalmente de acuerdo!

La interconexión y la transparencia que ofrecen internet y las redes sociales hacen posible que la visión de Smith sea una realidad para los miembros de una comunidad (...). Confiamos en que los Servicios de Red sigan fomentando la filosofía de Smith y permitan cada vez en mayor medida que los mercados sean libres de veras en beneficio de la comunidad (citado en Slee, 2015: 101).

La revolución que está generando la economía de plataforma está dada precisamente porque apela a extrapolar la actitud emprendedora a diferentes aspectos de la vida. De eso trata la posibilidad emprender a partir de recursos y talentos ordinarios. Transforma la vida cotidiana en una fuente a explotar y pone al servicio la herramienta clave para orientarse, de modo que el éxito simplemente dependería de la capacidad de agencia individual, de la disciplina y rigor que cada cual logre forjar para explotar su capacidad innata de emprendimiento y aprender a rentabilizar al máximo las cualidades personales. Ése es el giro fundamental que propone: hacer que elementos y situaciones, que hasta hace poco tiempo atrás eran comunes y cotidianos, sean susceptibles de ser pensados como recursos rentabilizables a partir de desarrollar una actitud emprendedora, permitiendo convertir en útil el tiempo que hasta entonces se *desperdiciaba*. Así, elementos que eran mundanos, bajo esta perspectiva cambian completamente su sentido: una bicicleta usada para dar un paseo por la ciudad, una habitación desocupada donde duermen eventualmente amigos o familiares, el talento para reparar electrodomésticos o armar muebles, un coche y la licencia de conducir, la fuerza y disciplina para limpiar, el

tacto personal para cuidar, los conocimientos o la vocación para enseñar. Es la invitación a una nueva manera de pensarse a sí mismo y el contexto inmediato: el emprendedor de la propia vida (Foucault, 2009).

El análisis debe ser profundo y sobrepasar el mero enaltecimiento al discurso de la libre competencia y sus beneficios, puesto que estamos ante un proyecto con un largo recorrido y que ha logrado instalar en la realidad un entramado complejo. Posee un sujeto determinado, una específica racionalidad para comprenderlo, un camino para *entrenarlo*, una ideología para que no decaiga, una forma para que trabaje y un terreno concreto para que luche. Todo delimitado por múltiples mecanismos, controles y sanciones que se van sucediendo. Y todo toma la forma de un campo de batalla personal, totalmente despolitizado, trazado por un relato metafísico en el que se homologan dos entidades de naturaleza diametralmente opuestas: sujeto y empresa. De allí surge una propuesta para la construcción de la propia subjetividad, aparentemente reivindicativa, que aboga por el empoderamiento individual, la realización personal, la sustentabilidad comunitaria y la calidad de vida de la mano de la tecnología. Inevitablemente es un camino duro, que implica supeditar distintos aspectos a la lógica de la rentabilidad: el riesgo y la seguridad, los fracasos, el tiempo, los recursos, la vida privada y los talentos, entre tantos otros. No se trata sólo de un impulso privatizador que avanza sobre terreno público, sino de un proyecto que tiene en su punto de mira al sujeto en un entorno hostil, donde debe forjar en sí mismo una supuesta naturaleza emprendedora para mantenerse en competencia constante. Un proyecto de sociedad que, paradójicamente, es profundamente antisocial.

Bibliografía

AAR, AsoRiders, APRA, Glovo, Deliveroo, Uber Eats y Stuart (2020): *Acuerdo sectorial de buenas prácticas* [en línea] disponible en <<https://www.adigital.org/plataformas-digitales/las-plataformas-digitales-de-delivery-y-las-asociaciones-de-repartidores-firman-un-acuerdo-de-buenas-practicas/>> [consulta: 26 de octubre del 2022].

Adigital (2019): *Propuesta normativa en materia de trabajo en plataformas digitales* [en línea] disponible en <<https://www.adigital.org/media/propuesta-regulatoria-plataformas-digitales.pdf>> [consulta: 1 de octubre 2020].

Adigital (2020a): *Importancia económica de las plataformas digitales de reparto y perfil de los repartidores en España*. [en línea] disponible en <<https://www.adigital.org/media/importancia-economica-de-las-plataformas-digitales-de-delivery-y-perfil-de-los-repartidores-en-espana.pdf>> [consulta: 1 octubre 2020].

Adigital (2020b): *Análisis del impacto económico de la laborización de los repartidores*" [en línea] disponible en <<https://www.marketingdirecto.com/wp-content/uploads/2020/10/Analisis-del-impacto-economico-de-la-laborizacion-de-repartidores.pdf>> [consulta: 16 de noviembre. e del 2020].

Alonso, L.E. y Fernández, C. (2013): “Los discursos del presente. Un análisis de los imaginarios sociales contemporáneos”, Madrid, Editorial Siglo XXI.

Amazon Mechanical Turk (2022): *Beneficios* [en línea] disponible en <<https://www.mturk.com/>> [consulta: 24 de octubre de 2022].

Anadón, M., Nouet, D., Gustavo, G. y David, G. (2019) Dialoguemos para innovar en la digitalización del “delivery”. *Periódico CincoDías*, 27 de diciembre [en línea] disponible en <https://cincodias.elpais.com/cincodias/2019/12/23/opinion/1577114103_740206.html> [consulta: 25 de octubre del 2022].

Apple (1984): *Publicidad Macintosh* [vídeo online] disponible en <<https://www.youtube.com/watch?v=VtvjbmoDx-I>> [consulta: 5 marzo 2020].

Asociación de Plataformas de Servicios a demanda (2021): *Propuesta de las plataformas digitales de delivery para la mejor delimitación de las figuras laborales y el reforzar la protección de los repartidores autónomos* [en línea] disponible en <<https://repartidoresunidos.org/propuesta-desde-las-plataformas/>> [consulta: 16 de noviembre del 2022].

AsoRiders y Deliveroo (2018): *Acuerdo de Interés profesional* [en línea] disponible en <<https://asoriders.es/documents/aip-deliveroo-asoriders.pdf>> [consulta: 26 de octubre del 2022].

Bastero, M. (2002): Radiografía de las apps de reparto de comida a domicilio: quién es quién en un sector en constante evolución. *Marketing4ecommerce*, 26 de mayo [en línea] disponible en <<https://marketing4ecommerce.net/empresas-delivery-apps-de-reparto-de-comida-a-domicilio-a-nivel-mundial/>> [consulta: 23 de octubre de 2022].

Blanco, M. (2012a): ¿Autobiografía o autoetnografía? *Revista Desacatos*, N°38, pp. 169-178.

Blanco, M. (2012b): Autoetnografía: una forma narrativa de generación de conocimientos. *Revista Andamios*, N°19 (9), pp. 49-74.

British Broadcasting Corporation (2021): *La decisión de Uber en Reino Unido que puede desatar una revolución en la economía gig del mundo* [en línea] disponible en <<https://www.bbc.com/mundo/noticias-56424582>> [consulta: 25 de octubre de 2020].

British Broadcasting Corporation (2022): *Adam Neumann, el excéntrico cofundador de WeWork caído en desgracia que logró recaudar US\$1.000 millones para su nuevo proyecto* [en línea] disponible en <<https://www.bbc.com/mundo/noticias-62586461>> [consulta: 17 de noviembre del 2022].

Bussines Insider España (2018). Cronología de un éxito: el camino de Deliveroo hasta los 2000 millones. *Economía Digital*, 2 de octubre del 2018 [en línea] disponible en <https://www.economiadigital.es/empresas/cronologia-de-un-exito-el-camino-de-deliveroo-hasta-los-2-000-millones_580472_102.html> [consulta: 24 de octubre del 2022].

Cañigüeral, A. (2020): “El trabajo ya no es lo que era. Nuevas formas de trabajar, otras maneras de vivir”. Barcelona, Penguin Random House Grupo Editorial.

Carballo, C. (2018): Vestigios del trabajo dependiente a propósito del escrutinio judicial de Uber Technologies, INC. y Dynamex Operations West, INC. *Revista Latinoamericana de Derecho Social*, N°8, pp. 3-34.

Castells, M. (2001): “La galaxia Internet”, Madrid, Editorial Areté.

Cleanzy (2022): *¿Los profesionales que vienen a limpiar son empleados vuestros?* [en línea] disponible en <<https://cleanzy.com/es-es>> [consulta: 24 de octubre del 2022]

Crespo, E. y Serrano, A. (2011): “Regulación del trabajo y el gobierno de la subjetividad. La psicologización política del trabajo”, *Revista Perspectivas recientes y críticas en la psicología social actual*, pp. 246-263. Madrid, Biblioteca Nueva.

Crespo, E. y Serrano, A. (2012): “La psicologización del trabajo: la desregulación del trabajo y el gobierno de las voluntades”. *Revista Teoría y crítica de la psicología*, N°2, pp. 33-48. México, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

Comisiones Obreras (2021): *El acoso sexual y el acoso por razón de sexo en el ámbito laboral en España* [en línea] disponible en <<https://www.ccoo.es/2f7f86bfc8a8105e09b013342bbf9e0d000001.pdf>> [consulta: 24 de octubre de 2022].

Comunidad de Madrid (2019): *Encuesta regional de Inmigración* [en línea] disponible en <https://www.comunidad.madrid/sites/default/files/aud/servicios sociales/presentacion_definitiva_eri_2019_.pdf> [consulta: 9 de enero 2021].

Dardot, P. y Laval, C. (2015): “La nueva razón del mundo”. Barcelona, Editorial Gedisa.

Deliveroo (2018): *Sobre nosotros* [en línea] disponible en <www.deliveroo.es/es/about-us> [consulta: 6 de enero del 2018].

Díaz, Y. (2022): Vulneran los derechos laborales. No vamos a parar, van a cumplir la ley. *elDiario.es* [vídeo online] disponible en <https://www.eldiario.es/politica/ultima-hora-actualidad-politica-directo_6_9555150_1093812.html#:~:text=%E2%80%99CLo%20que%20ha%20hecho%20Glovo,de%20la%20inspecci%C3%B3n%20de%20trabajo%E2%80%9D> [consulta: 26 de octubre del 2022].

Diez, F. (2018): *Portavoz de Riders X Derechos comparece en la Comisión de Juventud* [video online] disponible en <<https://www.youtube.com/watch?v=KJOy-uQ-irI&t=328s>> (primera intervención) y <<https://www.youtube.com/watch?v=LtjjRyf0L70&t=66s>> (segunda intervención)

Diez, F. y Ranz, R. (2020): “Mi experiencia como repartidor de Deliveroo y el intento por articular nuestra lucha desde la estructura sindical de UGT”. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, N°17(2), pp. 187-193.

Diez, F., Ranz, R., Corral A.M. y Roselló, J.D. (2020): *Informe sobre la explotación laboral de las plataformas de reparto*. Informe del sindicato Unión de General Trabajadoras y Trabajadores (UGT) [en línea] disponible en <https://www.ugt.es/sites/default/files/informe_no_habra_futuro_para_impresion.pdf>

Diez, F., Ranz, R y Lerín, D. (2021a): *Análisis de la presión política y social de las plataformas de reparto*. Informe del sindicato Unión General de Trabajadoras y Trabajadores (UGT) [en línea] disponible en

<https://www.ugt.es/sites/default/files/analisis_presion_politica_social_plataformas_reparto-informe_con_autor_0.pdf>

Diez, F., Ranz, R. y Roselló, J.D. (2021b): *Guía para comprender el nuevo capitalismo de datos, la economía de plataformas y sus riesgos*". Manual para el sindicato Unión General de Trabajadoras y Trabajadores (UGT) [en línea] disponible en

<https://www.ugt.es/sites/default/files/guia-algoritmos_ediciondigital_con_autor.pdf>

Diez, F. (2022a): *Principios del trabajo en plataformas digitales*. Blog del Observatorio de Trabajo, Algoritmo y Sociedad. [en línea] disponible en <<https://observa-tas.org/wp-admin/post.php?post=262&action=edit>>

Diez, F. (2022b): *Objetivos generales y modo de financiación en las plataformas digitales de trabajo*. Blog del Observatorio de Trabajo, Algoritmo y Sociedad [en línea] disponible en: <<https://observa-tas.org/wp-admin/post.php?post=256&action=edit>>

Diez, F. (2022c): *¿Qué tipos de trabajo mediante plataformas existen y cuáles son sus condiciones?*. Blog del Observatorio de Trabajo, Algoritmo y Sociedad [en línea] disponible en <<https://observa-tas.org/wp-admin/post.php?post=258&action=edit>>

Diez, F. (2022d): *Las plataformas de reparto y la “Ley rider” en España*. Informe del Observatorio de Trabajo, Algoritmo y Sociedad [en línea] disponible en

<<https://observa-tas.org/wp-content/uploads/2022/09/Las-plataformas-de-reparto-y-la-ley-rider.-pdf.pdf>>

Digital Future Society (2019): *El futuro del trabajo en la era digital: el auge de las plataformas laborales*. En colaboración con el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, Red.es y Mobile World Capital. [en línea] disponible en <<https://www.icab.es/export/sites/icab/.galleries/documents-formacio/informe-digital-future-society-el-futuro-del-trabajo-en-la-era-digital-el-auge-de-las-plataformas-laborales-.pdf>> [consulta: 5 febrero 2019].

Digital Future Society (2020): *El trabajo en plataformas digitales en España: ¿qué sabemos?* [en línea] disponible en <<https://digitalfuturesociety.com/es/report/el-trabajo-en-plataformas-digitales-en-espana-que-sabemos/>> [consulta: 22 septiembre 2020].

Ellis, C. Adams, T. y Bochner, A. (2015): Autoetnografía: un panorama. *Revista Astrolabio*, N°14, pp. 249-273.

España. Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal. *Boletín Oficial del Estado*, 24 de noviembre de 1995, núm. 281, pp. 33987 a 34058.

España. Ley Orgánica 12/2009, de 30 de octubre, reguladora del derecho de asilo y de la protección subsidiaria. *Boletín Oficial del Estado*, 31 de octubre de 2009, núm. 263.

España. Real Decreto-Ley 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores. *Boletín Oficial del Estado*, d 24 de octubre, núm. 255, pp. 100224 a 100308.

España. Real Decreto-Ley 9/2021, de 11 de mayo, por el que se modifica el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, aprobado por el Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, para garantizar los derechos laborales de las personas dedicadas al reparto en el ámbito de plataformas digitales. *Boletín Oficial del Estado*, 12 de mayo de 2021, núm.113, pp. 56733 a 56735.

Ferrer, M. (2019): Glovo en el ojo del huracán – Episodio 81. *El futuro del trabajo* [podcast] disponible en <<https://futurodeltrabajo.libsyn.com/episodio-81-glovo-en-el-ojo-del-huracan>> [consulta: 25 de octubre del 2022].

Fernández, J., Fernández, S., Mella, L., Rodríguez-Rico, V. y Todolí, A. (2018): “El trabajo en la economía colaborativa y la prevención de riesgos laborales”. Madrid, Secretaría de Salud Laboral y Medio Ambiente de UGT-CEC.

Fernández, S. (2015): *Cinco claves para emprender con éxito y vivir y de tu pasión* [vídeo online] disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=YQmR9g_uVs&t=412s> [consulta: 23 de noviembre de 2017]

Foucault, M. (2009): “El nacimiento de la biopolítica”. Madrid, Ediciones Akal.

France24 (2020): *Justicia francesa da un golpe a Uber y reconoce como su empleado a un conductor* [en línea] disponible en <<https://www.france24.com/es/20200305-economia-uber-francia-empleado-justicia>> [consulta: 25 de octubre de 2020].

Gabriel, M. (2019): “El sentido del pensamiento”. Barcelona, Editorial Pasado y Presente.

Gil, J. (2018): *Universidad del barrio: Uberización social, Precariedad y Capitalismo de plataformas* [vídeo online] disponible en <<https://www.youtube.com/watch?v=X5iGbe61cyY&t=2725s>> [consulta: 19 de octubre de 2021].

Hayek, F. (2017): “Camino de servidumbre”. Madrid, Alianza editorial.

Himanen, P. (2004): “La ética hacker y el espíritu de la era de la información”. Barcelona, Editorial Destino.

Independent Workers Unión of Great Britain (IWGB) (2021): *Revelado: muchos conductores de Deliveroo cobraron menos del salario mínimo* [en línea] disponible en <<https://iwgb.org.uk/en/post/deliveroo-riders-ipo/>> [consulta: 25 de octubre del 2020].

Instituto Nacional de Estadísticas (2013): *Encuesta población activa (EPA). Cuarto trimestre de 2012* [en línea] disponible en <<https://www.ine.es/daco/daco42/daco4211/epa0412.pdf>> [consulta: 2 marzo 2020].

Ipmark (2020): *Amazon, la marca más valiosa del mundo por segundo año consecutivo* [en línea] disponible en <<https://ipmark.com/amazon-la-marca-mas-valiosa-del-mundo-por-segundo-ano-consecutivo/>> [consulta: 23 de octubre de 2022].

Jobs, S. (1984): *Presentación de la primera Macintosh* [vídeo online] disponible en <<https://www.youtube.com/watch?v=c4mDbwoG5y4>> [consulta: 23 de octubre de 2022].

Juzgado de lo social N°6 de Valencia. Sentencia núm. 244/2018, de 1 de junio.

Juzgado de lo social N°33 de Madrid. Sentencia núm. 279/2019, de 11 de febrero.

Juzgado de lo social N°1 de Gijón. Sentencia núm. 280/2019, de 20 de febrero.

Juzgado de lo social N°5 de Valencia. Sentencia núm. 2892/2019, de 10 de junio.

Juzgado de lo social N.º 31 de Barcelona. Sentencia núm. 2253/2019, de 11 de junio.

Juzgado de lo social N°19 de Madrid. Sentencia núm. 2952/2019, de 22 de julio.

Juzgado de lo social N°24 de Barcelona. Sentencia núm. 259/2020, de 18 de noviembre.

Khosrowshahi, D. (2020): Soy el director ejecutivo de Uber. Los trabajadores de la economía colaborativa merecen más. *The New York Times* [en línea] disponible en <<https://www.nytimes.com/es/2020/08/14/espanol/opinion/ceo-uber-trabajadores.html>> [consulta: 25 de octubre del 2022].

Larsen, J. y Rogers, E. (1986): “La fiebre del “Silicon Valley”. Barcelona, Editorial Reverté.

Martínez, J.M (2018): “La burbuja del emprendimiento”. Madrid, Editorial Decordel.

Mobile World Capital Barcelona (2019): *Startup Ecosystem Overview 2019* [en línea] disponible en <<https://mobileworldcapital.com/report/startup-ecosystem-overview-2019/>> [consulta: 16 febrero 2020].

Morato, D. (2017): *Diana Morato, directora general de Deliveroo: “Miles de personas quieren este trabajo”*. Periódico 20Minutos, entrevista realizada por Héctor Garrido [en línea] disponible en <<https://www.20minutos.es/noticia/3209038/0/entrevista-diana-morato-directora-general-deliveroo-espana/>> [consulta: 26 de octubre del 2022].

Morozov, E. (2018): “Capitalismo Big Tech”. Madrid, Enclave.

O’Neil, C. (2017): “Armas de destrucción matemática”. Madrid, Capitán Swing.

Organización Internacional del Trabajo (2021): *El papel de las plataformas digitales en la transformación del mundo del trabajo* [en línea] disponible en <<https://www.ilo.org/global/research/global-reports/weso/2021/lang--es/index.htm>> [consulta: 2 marzo 2021].

Paisano (2015): *Animal de ciudad (acústicos SdMa)* [vídeo online] disponible en <<https://www.youtube.com/watch?v=PuExsCGp3NM>> [consulta: 18 septiembre 2021].

pCloud (2021): *The most invasive apps: which apps are sharing your personal data?* [blog] 5 de marzo. Disponible en <<https://www.pcloud.com/es/invasive-apps>> [consulta: 6 de junio del 2021].

Periódico Cinco Días (2019): *Uber Eats acelera en España y este año llegará a 31 ciudades más* [en línea] disponible en <https://cincodias.elpais.com/cincodias/2019/02/14/companias/1550171334_051527.html> [consulta: 24 de octubre de 2022].

Periódico Cinco Días (2021): *Deliveroo, un mal estreno en bolsa con mucha moraleja* [en línea] disponible en <https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/04/01/mercados/1617293797_021717.html> [consulta: 3 de abril del 2021].

Periódico Crónica Global (2019): *El fraude en Glovo: “Te trabajo siete días y 13 horas y te doy el 30%”* [en línea] disponible en <https://cronicaglobal.lespanol.com/business/repartidor-glovo-barcelona_248916_102.html> [consulta: 25 de octubre de 2020].

Periódico elDiario.es (2017): *Pedí una pizza y me trajeron un conflicto laboral* [en línea] disponible en <https://www.eldiario.es/opinion/zona-critica/huelga-deliveroo_129_3298029.html> [consulta: 26 de octubre del 2022].

Periódico elDiario.es (2022a): *Inspección de trabajo multa con 79 millones a Glovo por mantener a Falsos autónomos* [en línea] disponible en <https://www.eldiario.es/economia/inspeccion-trabajo-multa-79-millones-glovo-mantener-falsos-autonomos-no-cumplir-ley-rider_1_9555153.html> [consulta: 26 de octubre del 2022].

Periódico elDiario.es (2022b): *Trabajo llevará a Glovo ante la fiscalía por posibles delitos contra los trabajadores en su desafío a la Ley Rider* [en línea] disponible en <https://www.eldiario.es/economia/trabajo-lleva-glovo-fiscalia-repartidores-autonomos-desafio-ley-rider_1_9569069.html> [consulta: 26 de octubre del 2022].

Periódico elEconomista (2020): *Europa niega la relación laboral a los repartidores de plataformas digitales* [en línea] disponible en <<https://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/10560497/05/20/Europa-niega-la-relacion-laboral-a-los-repartidores-de-plataformas-digitales.html>> [consulta: 25 de octubre del 2022].

Periódico elEconomista (2022): *Así veía ser rico Steve Jobs: había solo una cosa más importante que el dinero* [en línea] disponible en <<https://www.eleconomista.es/actualidad/noticias/11604685/02/22/Asi-veia-ser-rico-Steve-Jobs-habia-solo-una-cosa-mas-importante-que-el-dinero.html>> [consulta: 9 de agosto de 2022].

Periódico El Español (2019): *Uber Eats cierra 2018 con 125 cocinas virtuales y sumará 31 ciudades en 2019* [en línea] disponible en <https://www.elespanol.com/invertia/observatorios/digital/20190215/uber-eats-cierra-cocinas-virtuales-sumara-ciudades/376213728_0.html> [consulta: 24 de octubre de 2022].

Periódico El País (2020): *“Riders”, las mulas involuntarias de drogas durante el confinamiento* [en línea] disponible en <<https://elpais.com/sociedad/2020-04-19/riders-las-mulas-involuntarias-de-droga-durante-el-confinamiento.html>> [consulta: 27 de mayo del 2020].

Periódico El País (2021a): *Glovo, Amazon, Deliveroo y Uber acumulan más de 25 millones de euros en cuotas no pagadas a la Seguridad Social* [en línea] disponible en <<https://elpais.com/economia/2021-01-12/glovo-amazon-deliveroo-y-uber-acumulan-mas-de-25-millones-de-euros-en-cuotas-no-pagadas-a-la-seguridad-social.html>> [consulta: 25 de noviembre del 2021].

Periódico El País (2021b): *Golpe a Uber en el Reino Unido: el Tribunal Supremo rechaza que los conductores sean trabajadores autónomos* [en línea] disponible en <<https://elpais.com/economia/2021-02-19/golpe-a-uber-en-el-reino-unido-el-tribunal-supremo-rechaza-que-los-conductores-sean-trabajadores-autonomos.html>> [consulta: 25 de octubre del 2022].

Periódico El País (2021c): *Golpe a las plataformas digitales en Italia: 60.000 regularizados y 700 millones de multa* [en línea] disponible en <https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/02/24/economia/1614188275_701448.html> [consulta: 3 abril 2021].

Periódico Europapress (2020): *La Inspección de Trabajo a regularizado a 11.013 trabajadores de Glovo desde 2019* [en línea] disponible en <<https://www.europapress.es/economia/laboral-00346/noticia-inspeccion-trabajo-regularizado-11013-trabajadores-glovo-2019-20201021154616.html>> [consulta: 28 de octubre del 2022].

Periódico Europapress (2021a): *Yolanda Díaz defiende la “Ley rider”: nadie se plantea escoger entre ser laboral o autónomo en una fábrica* [en línea] disponible en <<https://www.europapress.es/economia/laboral-00346/noticia-yolanda-diaz-defiende-ley-rider-nadie-plantea-escoger-ser-laboral-autonomo-fabrica-20210610122851.html>> [consulta: 16 de noviembre el 2022].

Periódico Europapress (2021b): *Vox recurre la “Ley rider” ante el Tribunal Constitucional* [en línea] disponible en <<https://www.europapress.es/economia/laboral-00346/noticia-vox-recurre-ley-rider-tribunal-constitucional-20210701160735.html>> [consulta: 1 de julio 2021].

Periódico Expansión (2017): *Uber Eats, el negocio de Uber que sí es rentable* [en línea] disponible en <<https://expansion.mx/tecnologia/2017/09/26/uber-eats-el-negocio-se-uber-que-si-es-rentable>> [consulta: 22 de octubre del 2022].

Periódico Expansión (2019a): *Uber sale a la bolsa con una valoración de hasta 82.000 millones* [en línea] disponible en <<https://www.expansion.com/mercados/2019/04/26/5cc2e259ca4741e3088b45c3.html>> [consulta: 24 de octubre de 2010].

Periódico Expansión (2019b): *Deliveroo crece un 72% pero las pérdidas suben a 261 millones en 2018* [en línea] disponible en <<https://www.expansion.com/economia-digital/companias/2019/10/02/5d94bce6468aeb79148b45d0.html>> [consulta: 15 de julio de 2019].

Periódico Expansión (2019c): *Deliveroo y Glovo van más allá del reparto de comida a domicilio* [en línea] disponible en <<https://www.expansion.com/economia-digital/companias/2019/01/20/5c44a7fe268e3e12268b45ea.html>> [consulta: 20 de febrero del 2019].

Periódico Expansión (2019d): *Glovo prevé triplicar su negocio cada año para lograr ingresos en 2021* [en línea] disponible en <<https://www.expansion.com/economia-digital/companias/2019/09/05/5d701b6f468aeb24578b469c.html>> [consulta: 15 de septiembre del 2019].

Periódico La Vanguardia (2019): *El delivery crece un 26% en España y dispara las ventas del sector de la comida rápida* [en línea] disponible en <<https://www.lavanguardia.com/vida/20190411/461587071388/economia--el-delivery-crece-un-26-en-espana-y-dispara-las-ventas-del-sector-de-la-comida-rapida.html>> [consulta: 28 de octubre del 2020].

Periódico La Vanguardia (2020): *Glovo debe 35 millones de euros a la Seguridad Social* [en línea] disponible en <<https://www.lavanguardia.com/economia/20201022/484218393392/glovo-debe-35-millones-a-la-seguridad-social.html>> [consulta: 19 de octubre del 2021].

Periódico La Vanguardia (2021): *Glovo capta 450 millones en la mayor ronda de la historia de España* [en línea] disponible en <<https://www.lavanguardia.com/economia/20210401/6621522/glovo-ronda-inversion-espana-2020-crecimiento.html#:~:text=Glovo%20acaba%20de%20cerrar%20la,con%20sede%20en%20Nueva%20York>> [consulta: 24 de octubre de 2022].

Periódico La Vanguardia (2022): *La justicia francesa ordena a Deliveroo a pagar 375.000 euros por abusar de los falsos autónomos* [en línea] disponible en <<https://www.lavanguardia.com/economia/20220420/8208713/deliveroo-condena-justicia-francesa-falsos-autonomos-riders.html>> [consulta: 25 de octubre del 2022].

Periódico Los Ángeles Times (2021): *Declaran inconstitucional la Proposición 22; un golpe para la ley de economía colaborativa de California* [en línea] disponible en <<https://www.latimes.com/espanol/california/articulo/2021-08-22/la-proposicion-22-se-declara-inconstitucional>> [consulta 25 de octubre del 2022].

Periódico The Guardian (2020): *La Proposición 22 explicada: cómo los votantes de California podrían cambiar radicalmente la economía informal* [en línea] disponible en <<https://www.theguardian.com/us-news/2020/oct/15/proposition-22-california-ballot-measure-explained>> [consulta: 25 de octubre del 2022].

Periódico The Guardian y Consorcio Internacional de Periodistas de Investigación (2022): *Uber Files* [en línea] disponible en <<https://www.theguardian.com/news/series/uber-files>> [consulta: 13 de octubre del 2022].

Pierre, O. (2018): *El fundador de Glovo: “En el futuro la gente tendrá múltiples vías de ingresos”* [entrevista a Josep Catà Figuls para periódico El País] [en línea] disponible en <https://elpais.com/retina/2018/04/30/tendencias/1525088881_394696.html> [consulta: 27 mayo 2019]

Pierre, O. (2019): La historia completa de Glovo con Oscar Pierre, CEO, *Podcast del fondo de inversión Itnig* [podcast] disponible en <<https://www.youtube.com/watch?v=AnqAIuxPiO8&t=2165s>> [consulta: 25 de septiembre del 2019].

Polanyi, K. (2007): “La gran transformación”. Madrid, Ediciones de La Piketa.

Portal economia3. (2021): *Las 10 mejores frases de Steve Jobs* [en línea] disponible en <<https://economia3.com/las-10-mejores-frases-de-steve-jobs/#:~:text=%E2%80%9CSi%20t%C3%BA%20no%20trabajas%20por,perseverar%20para%20lograr%20sus%20objetivos.>> [consulta: 13 de noviembre del 2022].

Portal euronews. (2020): *Administración judicial de la filial italiana de Uber por las condiciones de los repartidores* [en línea] disponible en <<https://es.euronews.com/2020/05/30/administracion-judicial-de-la-filial-italiana-de-uber-por-las-condiciones-de-los-repartido>> [consulta: 13 de noviembre del 2022].

Portal Marketing4ecommerce (2022): *Historia de Glovo: nacimiento y evolución del unicornio español de los pedidos a domicilio* [en línea] disponible en <<https://marketing4ecommerce.net/historia-glovo-app-pedidos-domicilio-marca-espana/>> [consulta: 29 de marzo del 2019].

Portal Statista (2022): *Evolución del valor de marca de Google en el mundo de 2006 a 2022* [en línea] disponible en <<https://es.statista.com/estadisticas/656666/valor-de-marca-global-de-google/#:~:text=Tras%20un%20pronunciado%20receso%20entre,casi%20820.000%20millones%20de%20d%C3%B3lares>> [consulta: 2 de noviembre del 2022].

Ravenelle, A. (2019): “Precariedad y pérdida de derechos. Historia de la economía gig”. Madrid, Alianza Editorial.

Reglamento (UE) 679/2016. *Reglamento General de Protección de Datos*. 27 de abril [en línea] disponible en <<https://eurlex.europa.eu/legalcontent/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:32016R0679&from=es>> [consulta: 23 de octubre de 2010].

Repartidores Unidos (2020a): *Sobre nosotros* [en línea] disponible en <<https://repartidoresunidos.org/sobre-nosotros/>> [consulta: 26 de octubre del 202].

Repartidores Unidos (2020b): *Preguntas y respuestas* [en línea] disponible en <<https://repartidoresunidos.org/preguntas-y-respuestas/>> [consulta: 26 de octubre del 2022].

Repartidores Unidos (2020c): *Diálogo rider* [en línea] disponible en <<https://repartidoresunidos.org/category/dialogorider/>> [consulta: 27 de octubre del 2022].

Repartidores Unidos (2020d): *¡Italia, lo has conseguido!* [en línea] disponible en <<https://repartidoresunidos.org/italia-lo-has-conseguido/>> [consulta: 20 septiembre 2020].

Repartidores Unidos (2021): *La ley rider en 5 minutos* [vídeo online] disponible en <<https://www.youtube.com/watch?v=6BOuC2ylA3I&t=1s>> [consulta: 26 de octubre del 2022].

Reuters (2020): *Valoración de Airbnb supera los 100.000 millones de dólares en mayor OPI de EEUU en 2020* [en línea] disponible en <<https://www.reuters.com/article/airbnb-bolsa-idESKBN28K303>> [consulta: 24 de octubre de 2020].

Rojo, E. (2019a): *La regulación contractual de los trabajadores de plataformas en Francia. Lo que se quiere contar, y lo que se debe explicar. A propósito de la Ley de 24 de diciembre de 2019 de orientación de las movilidades* [en línea] disponible en <<http://www.eduardorojotorrecilla.es/2019/12/la-regulacion-contractual-de-los.html>> [consulta: 15 diciembre 2021].

Rojo, E. (2019b): *Donald Trump no quiere a california..., y algunas plataformas tampoco. Las idas y vueltas jurídicas de la gig economy* [en línea] disponible en <<http://www.eduardorojotorrecilla.es/2019/09/donald-trump-no-quiere-california-y.html>> [consulta: 25 de octubre del 2020].

Rojo, E. (2021) Análisis jurídico de las sentencias que abordan el uso de algoritmos por las empresas de la economía de plataformas. Seminario internacional Tu algoritmo, nuestros derechos. Celebrado el 9 y 10 de marzo del 2021 en la sede central de UGT [en línea] disponible en <<https://www.youtube.com/watch?v=h8wD05hDJLo&t=7728s>> [consulta: 9 de agosto del 2021].

Rosenblat, A. (2021): “Uberland. Cómo los algoritmos están reescribiendo las reglas del trabajo”. Madrid, Nola Editores.

Sadin, É. (2018): “La silicolonización del mundo. La irresistible expansión del liberalismo digital”. Buenos Aires, Caja Negra Editora.

Slee, T. (2016): “Lo tuyo es mío. Contra la economía colaborativa”. Barcelona, Editorial Taurus.

Sport (2017): *¿Cuántos kilómetros al año hace un ciclista profesional?* [en línea] disponible en <<https://www.sport.es/labolsadelcorredor/cuantos-kilometros-al-ano-ciclista-profesional/>> [consulta: 16 de noviembre del 2019].

Srnicek, N. (2018): “Capitalismo de plataformas”. Buenos Aires, Caja Negra Editora.

The inventor: out for blood in Silicon Valley (2019) Gibney, A., dir [Mp4]. HBO Documentary Films.

Thiel P. (2015): “De cero a uno: cómo inventar el futuro”. Barcelona, Ediciones Gestión 2000.

Todolí, A. (2020): *La ley de California contra los falsos autónomos* [en línea] disponible en <<https://adriantodoli.com/2020/06/16/la-ley-de-california-contralos-falsos-autonomos-articulo-publicado-en-la-revista-trabajo-y-derecho/>> [consulta: 17 de junio del 2020].

Tribunal de Justicia de la Unión Europea (sala octava). Caso Yodel Delivery Network Ltd. Auto de 22 de abril de 2020.

Tribunal Supremo (Sala de lo social). Sentencia núm. 805/2020, de 25 de septiembre.

Tribunal Supremo (Sala de lo social). Auto núm. 6639/2021, de 18 de mayo

Tribunal Supremo (Sala de lo social). Sentencia núm. 3193/2022, de 20 de julio.

Uber (2022): *Todo lo que tienes que saber sobre la tarifa dinámica de Uber* [en línea] disponible en <<https://www.uber.com/es-CL/blog/tarifa-dinamica-uber-chile/>> [consulta: 13 de diciembre del 2017].

Unión General de Trabajadoras y Trabajadores (2019): *El trabajo en las plataformas digitales de reparto* [en línea] disponible en <<https://www.ugt.es/sites/default/files/el-trabajo-en-las-plataformas-digitales-de-reparto-ugt.pdf>> [consulta: 21 septiembre 2022].

Universidad de Hertfordshire (2019): *Huella digital: la plataformización del trabajo en Europa. Ficha de España*. En colaboración con la Fundación Felipe González, la Fundación Europea de Estudios Progresistas y UNI Europa- [en línea] disponible en <<http://docplayer.es/139443907-Huella-digital-la-plataformizacion-del-trabajo-en-europa-ficha-informativa-de-espana.html>> [consulta: 16 de octubre 2021].

Zuboff, S. (2020): “La era del capitalismo de la vigilancia. La lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder”. Barcelona, Paidós.