

IMPORTANCIA ECONÓMICA DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES DE *DELIVERY* Y PERFIL DE LOS REPARTIDORES EN ESPAÑA

SEPTIEMBRE 2020



ÍNDICE

1 • Cifras y aspectos clave	3
2 • Resumen ejecutivo	4
3 • Introducción	5
4 • Importancia de las plataformas de <i>delivery</i> en la economía española	6
4.1 • Creciente número de clientes finales de las plataformas de <i>delivery</i>	6
4.2 • Impacto de las plataformas de <i>delivery</i> en las actividades de restauración y comercio minorista	7
4.3 • Hacia una “nueva normalidad”: primeras evidencias del impacto de la pandemia de la COVID-19 en la actividad de las plataformas de <i>delivery</i>	9
5 • Caracterización de los repartidores de plataformas de <i>delivery</i> en España	11
5.1 • Perfil socio-profesional de los repartidores	11
5.2 • Situación laboral de los repartidores	13
6 • Conclusiones y propuestas	15
7 • Referencias bibliográficas	17
Anexo I • Encuesta a repartidores	18



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-CompartirIgual 4.0 Internacional <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>
Adigital, 2020

1

CIFRAS Y ASPECTOS CLAVE

- **Cerca de 4,7 millones de perfiles de clientes finales** de las plataformas digitales de *delivery* en España en 2019.
- **Casi 36,2 millones de pedidos** anuales gestionados.
- **Más de 64.500 acuerdos de colaboración** con restaurantes y comercios en 2019 (frente a menos de 29.000 en 2018).
- Contribución directa a la actividad de restaurantes y comercios equivalente a más de 250 millones de euros de VAB, con una aportación, en términos de VAB total, **superior a los 700 millones de euros** (incluyendo los efectos indirecto e inducido).
- Mantenimiento de **más de 15.300 empleos totales** en España.
- **Más de un 80%** de los repartidores de las plataformas de *delivery* **destacan la flexibilidad horaria** que les brinda.
- Generación de ingresos para los repartidores de las plataformas de *delivery* equivalentes a **1,4 veces el salario mínimo interprofesional**.
- Las plataformas de *delivery* **generan valor para...**
 - **Los consumidores finales:** accesibilidad a una amplia oferta de servicios de restauración y bienes de consumo; personalización de recomendaciones o sugerencias; un servicio de compra y entrega ágil y cómodo; así como ahorro de tiempo de desplazamiento y de compra, entre otros.
 - **Los repartidores:** flexibilidad horaria laboral y compatibilidad con otras actividades; reducción de las barreras de entrada al mercado de trabajo; posibilidad de inserción laboral de perfiles vulnerables; además de facilidad para empezar a trabajar y generar ingresos, entre otros.
- **Los restaurantes y establecimientos de comercio minorista:** compensación de las restricciones físicas de espacio disponible; reducción de barreras vinculadas con la ubicación del establecimiento; impulso a la digitalización, sobre todo, de empresas de menor dimensión; ampliación de los canales de venta, etc.

2

RESUMEN EJECUTIVO

- **La demanda de los servicios ofrecidos por las plataformas digitales de *delivery* no ha dejado de crecer**, evidenciando el valor que aportan tanto a los consumidores, como a restaurantes y comercios minoristas, así como a los repartidores. En 2019, el número de perfiles de clientes finales de las plataformas de *delivery* fue 1,4 veces superior al del año anterior, los pedidos superaron los 36 millones, y son más de 64.500 los acuerdos de colaboración que mantienen con restaurantes y comercios de diferentes ciudades españolas. Asimismo, el número de perfiles de repartidores dados de alta en las plataformas digitales de *delivery* en España se sitúa en torno a los 29.300.
- **La contribución de las plataformas de *delivery* a la generación de actividad en el sector de restauración y *retail* en España es importante**. Se estima que en 2019 dicha contribución **superó los 250 millones de euros, con un impacto total en la economía en términos de VAB por encima de los 700 millones de euros** y el mantenimiento de más de 15.300 empleos, tanto directo, como indirectos e inducidos.
- **La actividad de las plataformas de *delivery* se ha perfilado como esencial en el contexto de confinamiento y mantenimiento de la distancia social motivado por la COVID-19**, tanto en España como en otros países del entorno. En este sentido, los establecimientos de restauración, y una tipología más diversa de empresas de venta minorista, han recurrido a las plataformas para hacer frente al impacto de la COVID-19 en sus negocios.
- **Los atributos más valorados por los repartidores de las plataformas son la flexibilidad horaria, así como la facilidad para empezar a trabajar y la rapidez para obtener ingresos**. Más de 3 de cada 4 repartidores encuestados así lo afirman.
- **El perfil predominante entre los repartidores que colaboran con las plataformas digitales de *delivery* es el de hombres, jóvenes, y nacidos en América Latina**.
- **Las plataformas digitales de *delivery* representan una vía de acceso al mercado laboral**. Uno de cada tres repartidores encuestados sostiene que la colaboración con las plataformas ha sido su primer trabajo. Además, hay que tener en cuenta que la incidencia del desempleo en el colectivo de repartidores es notablemente superior a la media nacional, por lo que las plataformas les brindan una oportunidad para la generación de ingresos y el acceso al mercado laboral. Así, un 25% de los repartidores encuestados se encontraba en paro antes de empezar a colaborar con alguna plataforma digital de *delivery* y otro 5% estaba inactivo, mientras la tasa de paro nacional era más de 10 puntos porcentuales inferior en el primer trimestre de 2020.
- **Las plataformas también suponen una fuente de ingresos atractiva frente a otras alternativas**. No en vano, dos de cada tres repartidores encuestados tenían otra ocupación antes de empezar a colaborar con alguna plataforma digital de *delivery*. A su vez, más de la mitad de los repartidores contaba con experiencia en la actividad de reparto y han optado por colaborar con las plataformas.
- **Los ingresos que obtienen los repartidores de las plataformas son equiparables a las retribuciones de otras actividades comparables**. Los ingresos que afirman percibir los repartidores de las plataformas de *delivery* equivaldrían a 1,4 veces el salario mínimo interprofesional. Asimismo, en términos de ingresos por hora, dichos profesionales obtienen una retribución similar a la de los ocupados en el comercio minorista, la hostelería o la restauración.

3

INTRODUCCIÓN

El presente documento da continuidad al informe “*La contribución económica de las plataformas de delivery en España*”, publicado por Adigital en colaboración con Afi en enero de 2019, y contribuye a la **generación de conocimiento sobre la relevancia económica de este modelo de negocio digital, el de las plataformas.**

Cabe recordar que las **plataformas digitales de delivery** representan una actividad de intermediación a través de la cual se pone en contacto a las empresas de restauración y comercio minorista (lado o *side* de la oferta) con los consumidores (lado de la demanda final) y con los repartidores de la plataforma que ejecutan el servicio de reparto de comida y otros bienes de consumo (lado de la demanda de profesionales de servicios de reparto). Es por tanto un modelo denominado *multi-sided*. Esta operativa se realiza a través de Internet, mediante el uso de aplicaciones móviles y/o páginas web, y la clave de su funcionamiento radica en lo que se conoce como “efectos de red” y la eficiencia derivada de la automatización de los procesos de conexión entre los usuarios de dicha red, por lo que el principal activo de la plataforma viene dado por el volumen de usuarios, tanto por el lado de la oferta como de la demanda.

La contribución económica de las plataformas digitales de delivery ha seguido una tendencia creciente en los últimos años e incluso se ha visto **reforzada en un contexto marcado por la crisis derivada de la pandemia de la COVID-19**. En este sentido, la actividad de reparto a domicilio ha permitido atender a las necesidades de suministro de productos básicos, a la par que respetar el distanciamiento social para contener la curva de contagios del virus, cubriendo la última milla e incluyendo la atención a los colectivos más vulnerables.

Además de la aportación de las plataformas de *delivery* en términos de actividad económica, es importante detenerse en el **análisis de las características de los repartidores de dichas plataformas**, al tratarse de “trabajadores no convencionales”¹, surgidos al abrigo de la transformación digital y la necesidad

de incrementar ciertos parámetros de flexibilidad de empresas y trabajadores, transformando las relaciones laborales preexistentes, así como las dinámicas del mercado de trabajo. Por otro lado, distintos organismos nacionales e internacionales apelan a la necesidad de **dotarse de información sobre el volumen y características de los trabajadores de plataformas** (no solo de *delivery*)², por lo que también resulta oportuno dar respuesta a esta demanda.

1 European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions (2015). “*New forms of employment*”.

2 OCDE (2019). “*Measuring platform mediated workers*” OECD Digital Economy Papers.

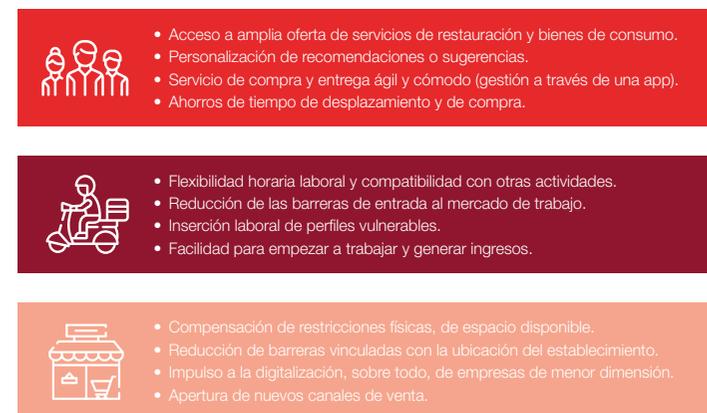
4

IMPORTANCIA DE LAS PLATAFORMAS DE DELIVERY EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

La actividad de las plataformas digitales de *delivery* en España no ha dejado de crecer. Incluso se ha consolidado en el contexto de crisis provocado por la pandemia de la COVID-19, integrándose entre el conjunto de actividades esenciales para garantizar el suministro de bienes³.

La expansión de la actividad de las plataformas de *delivery* vendría, en todo caso, avalada por el **valor que aportan tanto a los consumidores, como a los establecimientos** (restaurantes y comercio minorista), a la par que **también crean oportunidades laborales flexibles** para los repartidores. Dicho valor es aprovechado por un número creciente de usuarios de los servicios ofrecidos por las plataformas en España, a medida que avanzan los procesos de digitalización (de individuos, pequeñas y medianas empresas y autónomos) y son más frecuentes las compras a través de Internet.

Figura 1 • Principales elementos de aportación de valor de las plataformas de *delivery*, por categoría de usuario (consumidores, repartidores, empresas de restauración y comercio minorista)



Fuente: Afi

Las plataformas de *delivery* aportan valor a los consumidores, a restaurantes y comercios minoristas, así como a los repartidores, por varias vías.

4.1 • CRECIENTE NÚMERO DE CLIENTES FINALES DE LAS PLATAFORMAS DE DELIVERY

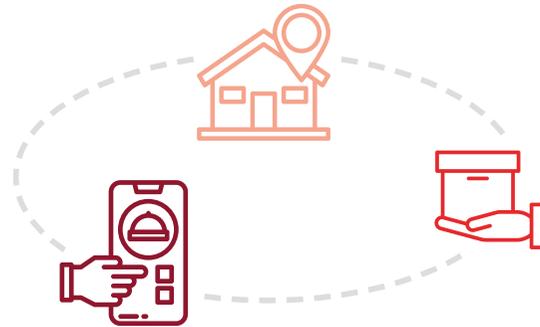
En 2019, la demanda de los servicios de las plataformas de *delivery* ha vuelto a aumentar. La entrega a domicilio se va consolidando en el consumo de restauración: más de la mitad de los consumidores utilizan el servicio de *delivery* habitualmente y además un 55% de ellos lo hace en mayor medida que cinco años atrás (Hellmann's, 2020)⁴. Los estilos de vida actuales, en los que confluyen el dinamismo y la falta de tiempo (o revisión de prioridades sobre las actividades cotidianas a las que se dedica el tiempo), están llevando a los **consumidores a dar una creciente importancia a la conveniencia** y, con ello, aumentan los servicios de entrega de productos (alimentarios y otros). El desarrollo de **ciudades inteligentes y sostenibles**, con gran protagonismo para el Internet de las Cosas y las futuras redes 5G⁵, así como los **cambios en los patrones de movilidad**, también configuran un ecosistema propicio para el uso de servicios como el de *delivery*. A futuro, cabe analizar además el impacto de otras dinámicas que inciden en el comportamiento de compra de los consumidores como puede ser el **crecimiento del teletrabajo**: entre 2009 y 2019 se ha incrementado en 2,4 puntos porcentuales la tasa de ocupados que, al menos ocasionalmente, trabajan desde su residencia (hasta situarse en el 8,3%). Además, el margen para la expansión del teletrabajo en España es amplio, pudiendo alcanzar al 22% de los ocupados, según el IMIE⁶. En el contexto marcado por la COVID-19 y las medidas implementadas para evitar su propagación se ha observado un notable avance de esta modalidad. Así, en el segundo trimestre de 2020, un 16,2% de los ocupados en España trabajaron desde su domicilio más de la mitad de los días, de acuerdo con la Encuesta de Población Activa (EPA) elaborada por el INE.

3 El Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19, si bien establecía la suspensión de las actividades de hostelería y restauración, posibilitaba la prestación de los servicios de entrega a domicilio. También permitía el comercio por internet, telefónico o correspondencia.

4 Hellmann's (2020). "Barómetro de tendencias en restauración". Julio 2020. Promovido por Unilever Food Solutions, FACYRE y Hostelería de España.

5 España cuenta en 2020 con una mejor preparación para 5G que la media de la UE; posee un 30% de espectro 5G asignado, sobre el total de espectro armonizado, frente al 21% de la media europea, según el DESI 2020.

6 IMIE (2020). "El impulso al teletrabajo durante el COVID-19 y los retos que plantea". Artículo de la serie COVID19. IviExpress, de 5 de mayo de 2020.



La demanda de los servicios de las plataformas de *delivery* continuó aumentando en 2019, en línea con el cambio en los hábitos de consumo de los españoles. La compra de comida a domicilio ya figura en el top-5 de las compras *online*.

Además, la mayor digitalización y conectividad de los consumidores españoles también favorece el señalado incremento de la demanda. El despliegue de la banda ancha móvil, en términos de abonos por cada centenar de habitantes, ha seguido ampliándose hasta alcanzar los 99 abonos, y el porcentaje de usuarios de Internet (88% de la población en España) que realizan compras *online* se ha incrementado hasta el 64% (aunque es todavía siete puntos inferior al del conjunto de la UE), según el Índice de la Economía y la Sociedad Digitales 2020 (DESI, por sus siglas en inglés)⁷. Además, la compra de comida a domicilio figura entre las cinco principales categorías de compra *online* realizada por los españoles, recurriendo a ella más de la mitad (54,4%) de los internautas que efectúan compras a través de Internet, y siendo el canal *online* preferido al *offline* para las adquisiciones de comida a domicilio de restaurantes⁸.

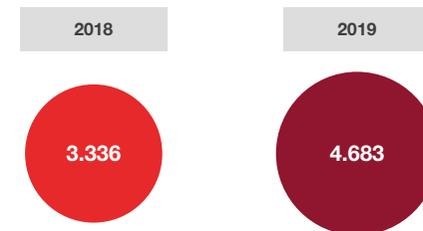
Los consumidores tienen además acceso a una oferta más amplia y diversificada de productos que pueden ser objeto de *delivery*. Ello es consecuencia de que la entrega a domicilio está penetrando en un número creciente de establecimientos de alimentación, también en bares y cafeterías, que hasta ahora no habían considerado esta fórmula o canal de venta⁹.

En 2019, el número de perfiles de clientes finales de las plataformas de *delivery* fue 1,4 veces mayor al del año anterior.

A lo anterior se suma la **ampliación de la presencia geográfica de las plataformas de *delivery***, ya que cada vez operan en más núcleos urbanos, repartidos por todo el territorio español, permitiendo aprovechar las ventajas ofrecidas por dichas plataformas a un mayor número de clientes finales.

Se estima que el número de perfiles de consumidores / clientes finales de plataformas de *delivery* fue 1,4 veces superior en 2019 que el número registrado en 2018, acercándose a los 4,7 millones de perfiles en España el año pasado.

Gráfico 1 • Evolución del número de perfiles de clientes finales de las plataformas de *delivery* en España (miles de clientes)*



(*) Un cliente final puede utilizar los servicios de más de una plataforma de *delivery*, contabilizándose el número de perfiles que posea en el conjunto de las plataformas.

Fuente: Afi, a partir de Adigital

4.2 • IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DE DELIVERY EN LAS ACTIVIDADES DE RESTAURACIÓN Y COMERCIO MINORISTA

El incremento del número de usuarios finales ha ido acompañado de un **aumento del número de pedidos tramitados a través de las plataformas de *delivery***. El crecimiento de estos últimos ha sido incluso algo superior

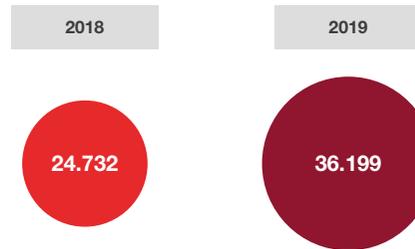
7 Datos referidos a 2019.

8 ONTSI (2019). "El Comercio Electrónico B2C en España. 2018". Ministerio de Economía y Empresa. Colección Economía Digital.

9 Euromonitor International (2020). "Consumer Foodservice in Spain".

al de perfiles de clientes finales: **se ha multiplicado por 1,5 veces en el último año**, hasta situarse cerca de los 36,2 millones de pedidos en 2019. Ello supone una mayor actividad para los establecimientos de restauración¹⁰ y comercio minorista, proveedores de comida y otros bienes de consumo que se han comercializado a través de las plataformas de *delivery*, habiéndose ampliado además las categorías de productos objeto de reparto. En línea con este crecimiento de la demanda, también se contabilizaban en 2019 en torno a 29.300 perfiles de repartidores en las plataformas de *delivery* en España¹¹.

Gráfico 2 · Evolución del número de pedidos gestionados a través de las plataformas de *delivery* en España (miles de pedidos)

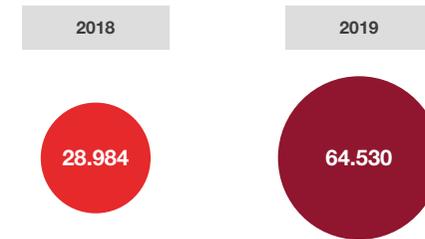


Fuente: Afi, a partir de Adigital

Los pedidos gestionados a través de plataformas de *delivery* superaron los 36 millones en 2019, y son más de 64.500 los acuerdos de colaboración establecidos por las plataformas con restaurantes y comercios en España.

Un creciente número de restaurantes y establecimientos de comercio al por menor ha recurrido a las plataformas de *delivery* para ampliar sus servicios de venta y generar más negocio. **Las dinámicas del mercado y las tendencias de consumo han llevado a muchos establecimientos a formalizar acuerdos de adhesión o colaboración con las plataformas de *delivery* para realizar entregas a domicilio.** No en vano, los acuerdos vigentes en 2019 son **2,2 veces más numerosos que los existentes un año antes** y superan los 64.500.

Gráfico 3 · Evolución de los acuerdos de colaboración de restaurantes y comercios con las plataformas de *delivery* (número de acuerdos)*



(*) Un mismo establecimiento puede estar adherido a más de una plataforma de *delivery*, de tal forma que se contabilizan los acuerdos que tenga con las distintas plataformas.

Fuente: Afi, a partir de Adigital

El notable atractivo que representan las plataformas para cubrir la última milla en la distribución comercial de establecimientos de restauración y comercio minorista, y para aprovechar otros atributos de valor que les aportan (véase *Figura 1*), queda reflejado en el crecimiento del número de acuerdos de colaboración y del volumen de pedidos, que se traducen en actividad económica para dichos establecimientos. En esta línea, **las plataformas digitales de *delivery* contribuyen a la generación de Valor Añadido Bruto (VAB) y mantenimiento de empleos en los ámbitos de restauración y comercio minorista (efecto directo).** Pero además hay que tener en cuenta la contribución derivada de la demanda de suministros necesarios para el desarrollo de estas actividades de restauración y comerciales, es decir, su **efecto indirecto**. A los dos anteriores, se añade el **efecto inducido**, obtenido como consecuencia del uso de las rentas generadas (salarios y otras) en los efectos directo e indirecto en el conjunto de la economía, por el consumo de bienes y servicios.

Las plataformas de *delivery* contribuyeron a la generación de más de 700 millones de euros de VAB y al mantenimiento de más de 15.300 empleos totales en España, en 2019.

¹⁰ El mercado español de restauración organizada también apunta al envío a domicilio como uno de los principales impulsores de su crecimiento (en términos de tráfico, visitas) en 2018, habiendo registrado un importante y sostenido avance en los últimos años, además de contar con margen para seguir creciendo, según el "Anuario de restauración de marca en España", elaborado por KPMG (2019).

¹¹ Se consideran aquellos perfiles dados de alta en las principales plataformas que operan en España.

La actividad de restauración y comercio minorista canalizada a través de las plataformas de *delivery* en 2019 supuso unos 708 millones de euros, equivalentes al 0,06% del PIB¹² en España. Asimismo, en términos de empleo, dicha actividad ha contribuido a generar o mantener más de 15.300 empleos, lo que supone un 0,08% del empleo en el mercado español en dicho año¹³.

Gráfico 4 · Estimación del impacto económico de las plataformas de *delivery* a través de la generación de actividad en el sector de restauración y comercio minorista en España, 2019



Nota: los impactos económicos por la actividad derivada de las plataformas de *delivery* en el sector de comercio minorista se han asimilado a los de restauración. Contribución económica calculada a partir de las estimaciones de pedidos realizados a través de las principales plataformas que operan en España. La estimación de empleo corresponde a puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo.

Fuente: Afi, a partir de Adigital e INE (estimación aplicando la metodología Input-Output)

4.3 · HACIA UNA NUEVA NORMALIDAD: PRIMERAS EVIDENCIAS DEL IMPACTO DE LA PANDEMIA DE LA COVID-19 EN LA ACTIVIDAD DE LAS PLATAFORMAS DE DELIVERY

En el contexto de afección de la pandemia de la COVID-19 y la declaración del estado de alarma por la emergencia sanitaria el 14 de marzo de 2020, la actividad de las plataformas digitales de *delivery* no ha cesado, manteniéndose como esencial¹⁴. Los servicios de entrega a domicilio han sido utilizados

por establecimientos y hogares para cubrir la última milla de la distribución de productos de alimentación y otros bienes, de cara a cumplir con las medidas de confinamiento, de protección y asistencia, así como de distanciamiento social establecidas. En este sentido, la opción de entrega a domicilio supone una **especial ventaja para ciertos colectivos** como las personas de más edad, las de movilidad reducida, aquellas especialmente vulnerables a la COVID-19, o las familias con niños.

La actividad de las plataformas de *delivery* se ha perfilado como esencial en el contexto de confinamiento y mantenimiento de la distancia social motivado por la COVID-19, tanto en España como en otros países del entorno.

Para responder a las necesidades de los usuarios y las recomendaciones sanitarias, las plataformas de *delivery* han incorporado algunas innovaciones en su operativa¹⁵. Entre ellas, se encuentran iniciativas como: el diseño e implementación de protocolos de entrega sin contacto; la habilitación de espacios *online* y soporte virtual para el suministro de información sobre la COVID-19 y *guías de buenas prácticas* para los usuarios (establecimientos, repartidores y clientes finales); la supresión de la firma en la entrega al cliente final; la incorporación del canal telefónico para la realización de pedidos durante la etapa de confinamiento más estricto; la promoción de la modalidad de envío “a otra dirección” (para dar soporte a familiares más vulnerables); la entrega gratuita para farmacias y parafarmacias; o el asesoramiento técnico (ámbitos comercial, de operaciones, y de comunicación y marketing) a restaurantes, para la adaptación de su negocio¹⁶, entre otros.

Con la declaración del estado de alarma, los establecimientos de restauración tuvieron que cerrar sus puertas al público, siendo la entrega a domicilio la única vía para continuar prestando sus servicios. Algunos, que no tenían contemplada esta operativa como canal de venta, decidieron probarla. Asimismo, se han sumado a la entrega a domicilio otras categorías de establecimientos de venta al por menor, como farmacias y parafarmacias, ferreterías, papelerías, estaciones de servicio, mercados locales, etc.

12 Magnitud similar al PIB, ya que este se define por la suma de los valores añadidos del proceso de producción, por lo que se identifica con la suma del Valor Añadido Bruto (VAB) y los impuestos indirectos sobre los productos menos las subvenciones.

13 Referencias de empleo en términos de puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo.

14 Los servicios de *delivery* también han sido explícitamente permitidos y/o promovidos durante las fases de confinamiento en otros países de nuestro entorno como Alemania, Dinamarca, Italia, Portugal y otros.

15 Se trata de iniciativas puestas en marcha por al menos una de las siguientes plataformas de *delivery*: Deliveroo, Glovo y Uber Eats.

16 Estas iniciativas se han complementado con otras medidas de apoyo a los profesionales (repartidores) y establecimientos en materia de seguridad y protección frente a la COVID-19 (suministro de material de protección, reembolso de gastos de adquisición de dicho material hasta un límite, implementación de un sistema de comunicación de incidencias), así como de liquidez (creación de un fondo de apoyo económico para repartidores contagiados o en cuarentena, agilización del pago a restaurantes).

En el caso de supermercados y otros **establecimientos de alimentación que no habían hecho un despliegue suficiente de la logística vinculada al comercio electrónico hasta la fecha, han podido apoyarse igualmente en las plataformas de delivery** para dar un mejor y más amplio servicio a sus clientes. Una práctica que se une a las muestras de “digitalización” acelerada e imprevista que han experimentado numerosas empresas de otros sectores para responder a esta crisis, introduciéndose en la venta a distancia, así como desarrollando actividades en remoto, con el soporte de Internet y las tecnologías digitales. La contribución de las plataformas de *delivery* a los procesos o prácticas alineadas con una mayor digitalización también afectan a los pagos, al contar con la **operativa de pago electrónico**, que incluso algunas plataformas han recomendado para evitar el contacto.

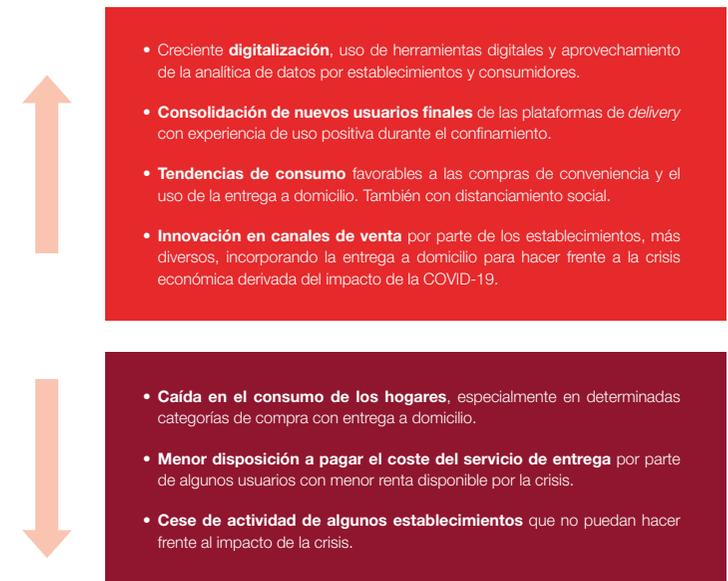
Establecimientos de restauración, y una tipología más diversa de empresas de venta minorista, han recurrido a las plataformas de delivery para hacer frente al impacto de la COVID-19 en sus negocios.

Por otro lado, cabe señalar que, a escala mundial, los indicadores de mayor actividad de las plataformas de *delivery* se habrían traducido también en un **incremento de la demanda global de empleo en el ámbito del delivery** en el contexto de la pandemia¹⁷.

A pesar de que es elevada la incertidumbre en torno al **posible impacto de la COVID-19** a medio y largo plazo, este episodio podrá dejar instaurados determinados **cambios en los patrones de consumo** de los españoles, que otorguen un mayor peso a las compras *online* y, en particular, a los servicios de entrega a domicilio ofrecidos por las plataformas de *delivery*. Así, de acuerdo con dichas plataformas, tras la flexibilización de las restricciones impuestas para contener el avance de la pandemia, y en las semanas siguientes al fin del estado de alarma en España (21 de junio de 2020), no se observa ninguna tendencia de reducción de los acuerdos de colaboración establecidos con comercios y restaurantes. Por otro lado, el potencial económico que presentan estas plataformas también se refleja en la valoración de estas compañías tecnológicas por parte del mercado¹⁸.

Por último, cabe indicar que más allá de adaptar su operativa para atender a los colectivos más vulnerables frente a la COVID-19, así como permitir y facilitar las entregas a domicilio de restaurantes y otros establecimientos de comercio al por menor, las plataformas de *delivery* también han **promovido o colaborado en diversas iniciativas solidarias y con impacto social** (donaciones, envíos solidarios y otras), tanto públicas como privadas, en respuesta a la pandemia.

Figura 2 · Retos y oportunidades sobre la contribución de las plataformas de delivery a la actividad del sector de restauración y comercio minorista en España en el corto y medio plazo



Fuente: Afi

17 AppJobs Institute (2020), “How Does the COVID-19 Outbreak Affect the Life of Freelancers & Gig Workers”, Artículo publicado el 8 de abril de 2020.

18 Dealroom publicaba el 23 de marzo de 2020 un informe, “Impact of the Corona crisis on startups & tech”, en el que destacaba el sector de “food delivery” como uno de los que registran un mejor desempeño en el mercado (en términos de precio de las acciones).

5

CARACTERIZACIÓN DE LOS REPARTIDORES DE PLATAFORMAS DE DELIVERY EN ESPAÑA¹⁹

Las plataformas de *delivery* son portadoras de innovación en cuanto a la forma en la que utilizan la tecnología, aunque el tipo de servicio que intermedian (el reparto a domicilio) no es novedoso²⁰. No obstante, cuentan con una serie de **atributos que las hacen atractivas como fuente de ingresos para los repartidores**.

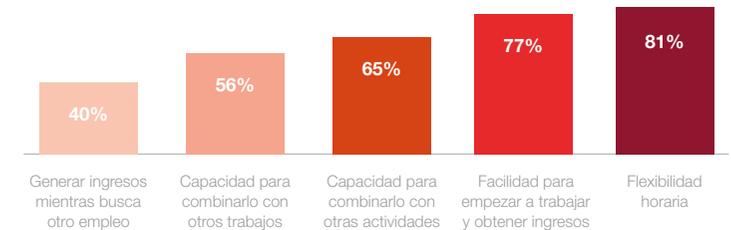
Se trata de atributos ligados sobre todo a la capacidad de auto-organización del trabajo y la **flexibilidad**, identificada como una de las motivaciones principales para vincularse a la economía de las plataformas de *delivery*²¹, y que también ha sido **elegida de forma mayoritaria por los repartidores como razón para colaborar con ellas**, de acuerdo con los resultados de la encuesta promovida por Adigital (véase *Anexo I · Encuesta a repartidores*). El 81% de dichos profesionales valora positivamente la **flexibilidad horaria** que aporta la plataforma y un 77% destaca la **facilidad para empezar a trabajar y la rapidez para obtener ingresos** a través de la misma. Asimismo, es apreciada la capacidad para **combinar la colaboración con la plataforma con el desarrollo de otras actividades, tanto personales** (estudios, preparación de oposiciones u otras) **como laborales** (empleo a tiempo parcial o temporal), según afirman el 65% y el 56% de los profesionales encuestados, respectivamente. Aunque en menor medida (40% de los encuestados), también es defendida la generación de ingresos a través de la plataforma mientras el profesional busca otro empleo.

Más de 3 de cada 4 repartidores de las plataformas de delivery destacan la flexibilidad horaria, así como la facilidad para empezar a trabajar y la rapidez para obtener ingresos que les proporcionan dichas plataformas.

En esta sección, a partir de la mencionada encuesta, se analiza el perfil socio-profesional de los repartidores que colaboran con plataformas de *delivery* en España, así como su situación laboral. Ello, con la finalidad de **ampliar el**

conocimiento sobre el funcionamiento de las plataformas digitales de delivery y, en particular, sobre las características de los profesionales que colaboran con las mismas realizando la actividad de reparto.

Gráfico 5 · Principales motivaciones de los repartidores para colaborar con las plataformas de *delivery* (% respuestas), 2020



Fuente: Afi, a partir de la encuesta a repartidores de plataformas de *delivery* en España de Adigital (2020)

5.1 · PERFIL SOCIO-PROFESIONAL DE LOS REPARTIDORES

El perfil predominante de los repartidores de las plataformas de *delivery* en España coincide con el general de los trabajadores de plataformas digitales identificado en investigaciones previas promovidas por la Comisión Europea (Codagnone, C. y Martens, B., 2016; Pesole et al., 2018). Es decir, se trata de hombres jóvenes. Así, **el 87% de los repartidores de las plataformas son hombres**, de acuerdo con los resultados de la encuesta promovida por Adigital; mientras su cuota en el conjunto de ocupados apenas llega al 54%. Y **más del 40% tiene entre 29 y 39 años**²².

La prevalencia de repartidores jóvenes puede deberse a las características de la actividad, en cuanto a la exigencia de cierta condición física para la realización de frecuentes desplazamientos, muchas veces en bicicleta, así como al uso activo de las tecnologías y dispositivos digitales (*smartphone*, aplicaciones, GPS). Pero también porque permite a los repartidores más

19 La evidencia empírica recogida en esta sección descansa en los resultados de la encuesta realizada por Adigital entre los repartidores (véase *Anexo I · Encuesta a repartidores*).

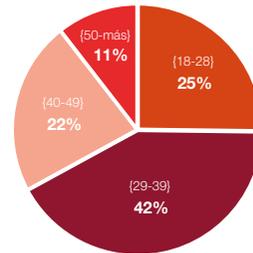
20 WEF (2020). "The Promise of Platform Work: Understanding the Ecosystem".

21 Broughton et al. (2018). "The Experiences of Individuals in the Gig Economy". Institute for Employment Studies (IES) - UK Government.

22 En el conjunto del mercado laboral español, los ocupados menores de 40 años suponen el 37% del total, según datos de la Encuesta de Población Activa (EPA), elaborada por el INE, correspondientes al primer trimestre de 2020; momento en el que Adigital también ha realizado la encuesta a los repartidores de las plataformas de *delivery*.

jóvenes combinar la prestación del servicio a las plataformas con otras actividades (estudios, preparación de oposiciones, ocio...), tal como declara el 68% de los repartidores con menos de 40 años (frente al 60% de los que poseen 40 o más años).

Gráfico 6 · Distribución de los repartidores de las plataformas de delivery, según su edad (% de profesionales por tramo de edad), 2020



Fuente: Afi, a partir de la encuesta a repartidores de plataformas de delivery en España de Adigital (2020)

Asimismo, en cuanto a la región de origen de los repartidores que colaboran con las plataformas de delivery en España, cabe destacar que **dos de cada tres (64%) repartidores proceden de América Latina**, por lo que la presencia de este colectivo en las plataformas es muy superior a la que tienen en el conjunto del mercado de trabajo español (3,8% de ocupados). Mientras, los repartidores nacidos en España, que conforman el 87% del total de ocupados en nuestro país, representan al 28% de los repartidores encuestados.

Gráfico 7 · Distribución de los repartidores de las plataformas de delivery, según su país de nacimiento (% de repartidores), 2020



Fuente: Afi, a partir de la encuesta a repartidores de plataformas de delivery en España de Adigital (2020)

Entre los repartidores que colaboran con las plataformas de delivery predominan hombres jóvenes y cuya región de origen es América Latina.

En cuanto a su nivel de formación, sin embargo, **los repartidores presentan un perfil muy similar al del conjunto de los ocupados en España**. El 53% de los repartidores ha alcanzado como máximo la educación secundaria (50% en media nacional), otro 42% tiene un título universitario (45% en media nacional) y solo el 5% apenas ha completado la educación primaria (mismo porcentaje que la media nacional para el conjunto de sectores de la economía).

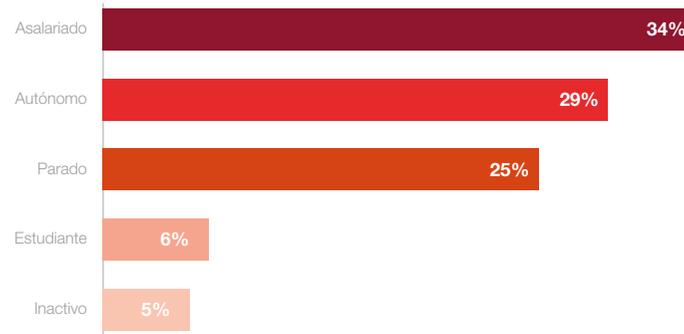
Por otro lado, **un 25% de los repartidores estaba en situación de desempleo y otro 5% se encontraba en situación de inactividad antes de comenzar a colaborar con la/s plataforma/s de delivery**. Una situación que se produce en un contexto en el que la tasa de paro en España se situó en el 14,4% en el primer trimestre de 2020, siendo un punto porcentual superior en el caso de los jóvenes entre 25 y 39 años, que representan a más de la mitad de los repartidores. Ello pone de manifiesto que **la incidencia del desempleo es notablemente superior para el colectivo de repartidores de las plataformas en comparación con la media nacional**, lo que vuelve a evidenciar el importante papel que ejercen las plataformas de delivery, facilitando el acceso al mercado de trabajo de aquellos trabajadores que muestran mayores dificultades.

La incidencia del desempleo en el colectivo de repartidores de las plataformas de delivery es notablemente superior a la media nacional.

En paralelo, es también destacable que **dos de cada tres repartidores tenían otra ocupación antes del inicio de la prestación del servicio de delivery: bien como asalariado** (34% de los encuestados) **o como autónomo** (29%). Esta evidencia incita a pensar que el desarrollo de la actividad de colaboración con una o varias plataformas de delivery reportaría ciertas ventajas a los repartidores en comparación con otras ocupaciones,

lo que les llevaría a realizar el cambio. Máxime cuando **más de la mitad de los profesionales encuestados (54%) tenía experiencia en el sector de reparto**, en España o en el extranjero.

Gráfico 8 • Distribución de los repartidores de las plataformas de delivery, según su situación ocupacional previa (% de profesionales), 2020



Fuente: Afi, a partir de la encuesta a repartidores de plataformas de delivery en España de Adigital (2020)

5.2 • SITUACIÓN LABORAL DE LOS REPARTIDORES

Las plataformas de *delivery* suponen el **primer trabajo en el mercado español para uno de cada tres profesionales** encuestados (33%), lo que da soporte a su rol de facilitador de una actividad y fuente de ingresos de forma sencilla para profesionales sin experiencia y con dificultades para incorporarse al mercado laboral. No obstante, **la mayoría (67%) de los repartidores ya contaban con experiencia de trabajo en España (de 4,6 años de media) antes de empezar a colaborar con la/s plataforma/s.**

Un 33% de los repartidores empezaron a colaborar con las plataformas de delivery como primer trabajo, mientras el 67% restante poseía experiencia laboral previa.

La antigüedad media de colaboración con las plataformas por parte de los repartidores encuestados es algo inferior a un año y medio. Una circunstancia que se da en un mercado, el español, en el que, sobre todo a partir de 2015, operan diversas plataformas digitales de *delivery* con las que dichos profesionales pueden establecer acuerdos de colaboración.

Por otro lado, **existe un notable grado de heterogeneidad en la intensidad de la colaboración de los repartidores con las plataformas.** Esta dispersión en la dedicación semanal no es más que la constatación de la capacidad de auto-organización que ofrecen las plataformas de *delivery*, propiciando que los repartidores dispongan y organicen su jornada laboral de manera autónoma. De hecho, tal y como se indicaba con anterioridad, el 81% de los repartidores encuestados declara colaborar con las plataformas por la flexibilidad horaria de la que disponen. Asimismo, hay que tener en cuenta que algunas de las plataformas permiten a los repartidores subcontratación (asignación de otra persona para la realización de servicios de reparto) en línea con lo que establece el Reglamento del trabajo autónomo.

En términos de ingresos, los repartidores declaran ingresar, de media, alrededor de 332 euros por semana, lo que equivaldría a algo más de 17.300 euros brutos al año. En 2020, el salario mínimo interprofesional (SMI) se sitúa en 12.600 euros brutos anuales, por lo que los **repartidores de plataformas obtendrían una remuneración laboral 1,4 veces el SMI.** Con todo, también existe un elevado grado de dispersión en cuanto a los ingresos semanales, fruto de la citada heterogeneidad en términos de horas trabajadas.

Los ingresos que afirman percibir los repartidores de las plataformas de delivery equivaldrían a 1,4 veces el salario mínimo interprofesional.

Si se distribuyen los ingresos totales en función del tiempo trabajado, los resultados muestran que, en promedio, los repartidores de plataformas de *delivery* ingresan alrededor de 8 euros por hora de prestación de sus servicios. Sin embargo, **pueden obtenerse mayores rendimientos marginales (ingresos brutos por hora) con una dedicación o colaboración más acotada.**

Al analizar la relación entre los ingresos y el número de horas de dedicación semanal se observa que, en términos de ingresos por hora, **los repartidores que dedican menos de 10 horas a la semana consiguen ingresar 10,4 euros por hora**, frente a los 8,0 euros por hora obtenidos por los repartidores que trabajan entre 40 y 49 horas por semana. La constatación de este hecho reafirma la contribución de las plataformas de *delivery* a la flexibilidad horaria, encontrando en las jornadas reducidas los mayores atractivos desde el punto de vista de la remuneración.

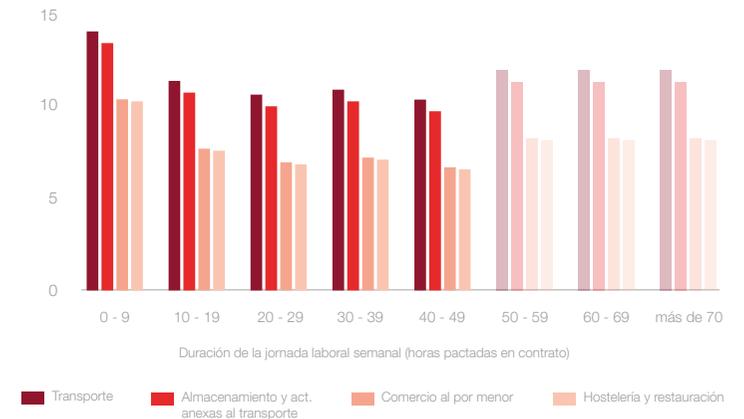
La correlación negativa entre horas de colaboración e ingresos por hora estaría revelando que **los repartidores que prestan sus servicios un número reducido de horas a la semana pueden hacer un uso más eficiente de su tiempo de trabajo, seleccionando aquellos momentos de mayor demanda y aquellos lugares de mayor concentración de pedidos**, con el fin de minimizar los tiempos muertos y optimizar tanto los desplazamientos como los ingresos obtenidos por servicio realizado (dedicación “intensiva”). Por el contrario, aquellos repartidores que trabajan un gran número de horas semanales, si bien optan por una dedicación más “extensiva” para obtener mayores ingresos totales, toman esta decisión en detrimento de la eficiencia, puesto que soportarían mayores tiempos perdidos, lo que repercutiría negativamente en su nivel de ingresos por hora.

Este fenómeno también se observa en otros sectores comparables a la actividad de las plataformas de *delivery*, como el transporte, el almacenamiento, el comercio al por menor o la hostelería y la restauración. En todos ellos, los asalariados que trabajan menos de 10 horas semanales obtienen una mayor remuneración por hora trabajada, en parte, como contraprestación a la flexibilidad que ofrecen estos profesionales y a la capacidad de atender aumentos puntuales de la actividad de dichos sectores, entre otros factores (también regulatorios, como el mayor coste de cotización a la Seguridad Social).

Por último, cabe indicar que **el nivel de ingresos por hora de los repartidores de plataformas sería equiparable o incluso superior al obtenido en empleos (asalariados) de otros sectores comparables**. En este sentido, los ingresos por hora de colaboración (servicio de reparto) con las plataformas de *delivery* son similares a los de contratos de duración inferior a las 60 horas semanales en sectores como el comercio al por menor, la hostelería o la restauración (véase [Gráfico 9](#))²³.

23 Téngase en cuenta que los repartidores de las plataformas de *delivery*, a diferencia de los asalariados de otros sectores, han de deducir de sus ingresos brutos las cantidades repercutidas en concepto de IVA.

Gráfico 9 - Comparativa sectorial de salario bruto por hora pactada en contrato de trabajo para un perfil de asalariado similar al del repartidor profesional de las plataformas de delivery (euros / hora por tramo de duración de la jornada semanal), 2014 (último dato disponible)



Nota: datos correspondientes a 2014, último año disponible. Desde entonces, el SMI ha pasado de 645,3 a 900,0 euros mensuales (+39,5% en acumulado), mientras que la inflación ha sido del 3,7% en acumulado desde la media anual de 2014 hasta la de 2019.

Fuente: Afi, a partir del INE (microdatos Encuesta de Estructura Salarial, 2014)

Los ingresos por hora de los repartidores de las plataformas de delivery son similares a los de ocupados en el comercio minorista, la hostelería o la restauración.

Gráfico 10 - Perfil medio del profesional usuario de las plataformas de delivery

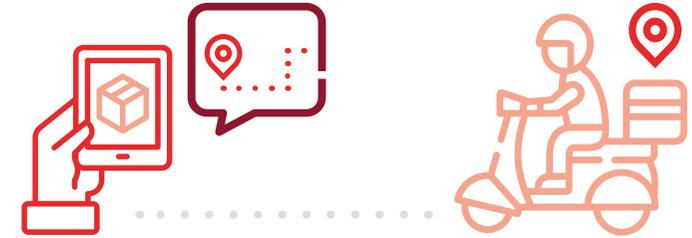


Fuente: Afi, a partir de la encuesta a repartidores de plataformas de delivery en España de Adigital (2020)

6

CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

- La adecuada inserción en la economía española de la actividad de las plataformas de *delivery* es importante de cara a **aprovechar su contribución a la generación de oportunidades y un impacto positivo sobre otras actividades económicas** que gozan de un importante peso en nuestra economía, como son la restauración y el comercio minorista.
- Las plataformas de *delivery* están registrando una demanda creciente de sus servicios de intermediación en España. La **aportación de valor de las plataformas se proyecta en los clientes finales** (usuarios), como demuestra el creciente número de usuarios y de **pedidos, que superaron los 36 millones en 2019**. Pero también, en un efecto directo, en términos de **Valor Añadido Bruto (VAB) y empleo, en los sectores de restauración y comercio minorista, así como en efectos indirectos e inducidos en otras actividades económicas**. Unos efectos que, en conjunto, suponen el mantenimiento de más de 15.300 empleos y la generación de más de 700 millones de euros de VAB.
- La disponibilidad de un canal de venta complementario, como el provisto por las plataformas, ha resultado **vital para muchos establecimientos cuya actividad se ha visto muy afectada por las medidas para contener la pandemia de la COVID-19**. Es el caso de establecimientos de restauración y hostelería²⁴, así como determinadas categorías del comercio minorista. No en vano, en los dos meses posteriores a la declaración del estado de alarma en España, el número de restaurantes y pequeños comercios usuarios de los servicios de las plataformas de *delivery* aumentó exponencialmente.
- La pandemia también ha puesto de manifiesto la necesidad de intensificar los esfuerzos en **innovación y digitalización**, algo a lo que contribuyen las plataformas de *delivery*. El componente tecnológico y la analítica de datos (para mejorar la eficiencia de los procesos y crear nuevas soluciones que respondan a las necesidades de los usuarios) son parte esencial de los servicios prestados por las plataformas. Así, pueden **favorecer**



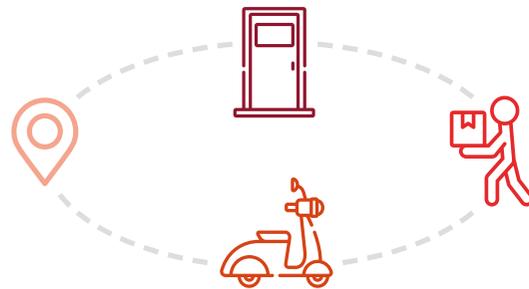
la **transformación digital de muchos establecimientos** que no contaban con una gestión de pedidos *online*, a la par que desarrollar otras **innovaciones para incrementar la eficiencia y los resultados** de dichos establecimientos. En este sentido, cabe hacer referencia, por ejemplo, a las denominadas *dark kitchens* y *dark stores*, impulsadas por algunas de las plataformas para obtener mejoras en la eficiencia, ante las limitaciones en cuanto a disponibilidad de espacio y capacidades para responder a elevados volúmenes de pedidos a domicilio por parte de los restaurantes y las tiendas, respectivamente.

- El servicio prestado por las plataformas atiende además a las tendencias en materia de **consumo y hábitos de vida de los ciudadanos**, junto a las pautas de transformación de las ciudades, bajo premisas de **conectividad y respeto al medio ambiente**, con la expansión del Internet de las Cosas y las soluciones de Inteligencia Artificial, entre otras. Algunos cambios que se están produciendo en el modelo productivo y la concepción de **las ciudades del futuro** alientan a la reflexión sobre cómo se pueden aprovechar mejor las capacidades que ofrecen nuevos agentes y modelos de negocio existentes en los ecosistemas urbanos, como las plataformas.
- Por otro lado, las plataformas de *delivery* representan uno de los modelos impulsores de las **nuevas dinámicas y cambios en el ámbito laboral** que han acompañado en los últimos años los procesos de transformación digital y la expansión de la economía de plataformas. **Como opciones de**

²⁴ La facturación del sector de hostelería en España podría caer un 40% en 2020, a la par que se podrían perder, con carácter definitivo, más de 200.000 empleos, según el informe "Impacto de COVID-19 en hostelería en España", publicado en abril de 2020 por Bain & Company y EY.

autoempleo que ofrecen flexibilidad horaria, facilidad de acceso y generación de ingresos, así como la posibilidad de compaginarlas con otras actividades u ocupaciones, son valoradas positivamente por profesionales como los repartidores que prestan sus servicios a las plataformas de *delivery*.

- Las características socio-profesionales de los repartidores apuntan a que las plataformas de *delivery* representan una **oportunidad para el desempeño de una actividad profesional y la generación de ingresos para determinados colectivos** con mayores dificultades de incorporación al mercado laboral, **como los jóvenes y los inmigrantes**. Así, las plataformas, que ofrecen trabajo a demanda, estarían reduciendo las barreras de entrada al mercado laboral, posibilitando que los profesionales de colectivos vulnerables puedan acceder a una fuente de ingresos flexible de forma ágil y sencilla.



- Las plataformas de *delivery* pueden ser, por tanto, mecanismos eficientes para la **inclusión laboral de algunos profesionales**, que recurren a ellas como fuente de ingresos complementaria, como actividad que les permite atender a otras responsabilidades (incluyendo la conciliación familiar) o que les facilite su incorporación al mercado laboral (compleja para muchos, teniendo en cuenta los problemas estructurales de los que adolece el mercado de trabajo en España), como forma transitoria para acceder a otros trabajos. Es precisamente **una dedicación acotada la que genera ingresos brutos marginales (por hora trabajada) superiores, equiparables a los de otros sectores comparables, como el transporte, el comercio o la restauración**.

- Para aprovechar el potencial de transformación y de respuesta a las necesidades sociales y profesionales que ofrecen las plataformas, no deja de ser igualmente necesario el **desarrollo de una regulación y la adopción de políticas que se adecúen a la realidad vigente, velando por los derechos sociales**. La regulación deberá evolucionar para equilibrar adecuadamente los riesgos y las ventajas del trabajo vinculado a las plataformas, en un mercado laboral cambiante. En este sentido, **la Comisión Europea ya está dando pasos hacia la modernización del marco normativo**, considerando los cambios generados por el progreso tecnológico en los servicios digitales y la importancia de las plataformas (y su capacidad innovadora) en la economía digital. Así, se renovará la **normativa sobre servicios digitales (Digital Services Act)**, habiendo sido lanzado un proceso de consulta pública entre el 2 de junio y el 8 de septiembre de 2020. En esta consulta se abordan entre otros aspectos, la situación de los autónomos que prestan sus servicios a través de las plataformas digitales. Asimismo, la Comisión Europea lanzó el pasado 30 de junio un proceso para garantizar que las normas de Competencia de la UE no obstaculicen la consecución de convenios colectivos para, entre otros, los trabajadores autónomos, de cara a velar por unas adecuadas condiciones de trabajo.
- La capacidad de auto-organización del trabajo que aportan las plataformas digitales de *delivery* y las posibilidades que abren al **ejercicio de una actividad profesional por cuenta propia y al trabajo bajo demanda**, contribuyen a reducir las tasas de desempleo. En este sentido, la actualización del marco normativo ha de tener en cuenta el potencial que ofrece el trabajo bajo demanda.
- Resulta clave **establecer marcos de diálogo entre los distintos agentes socioeconómicos de los sectores público y privado**, para integrar adecuadamente la actividad de las plataformas en nuestra economía, partiendo del conocimiento sobre su funcionamiento y valor aportado.

7

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- **AppJobs Institute (2020).** *“How Does the COVID-19 Outbreak Affect the Life of Freelancers & Gig Workers”*.
- **Broughton A, et al. (2018).** *“The Experiences of Individuals in the Gig Economy”*. Institute for Employment Studies (IES) - UK Government.
- **CIPD (2017).** *“To gig or not to gig? Stories from the modern economy”*.
- **Codagnone, C. y Martens, B. (2016).** *“Scoping the Sharing Economy: Origins, Definitions, Impact and Regulatory Issues”*. Joint Research Centre (JRC) Technical Report.
- **Comisión Europea (2016).** *“Employment and Social Developments in Europe. Annual Review 2016”*.
- **Euromonitor International (2020).** *“Consumer Foodservice in Spain”*.
- **European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions (2015).** *“New forms of employment”*.
- **Hellmann’s (2020).** *“Barómetro de tendencias en restauración”*. Julio 2020. Unilever Food Solutions, FACYRE y Hostelería de España.
- **OCDE (2019).** *“Measuring platform mediated workers”*. OECD Digital Economy Papers.
- **OCDE (2019).** *“OECD Employment Outlook 2019. The future of work”*.
- **ONTSI (2019).** *“El Comercio Electrónico B2C en España. 2018”*. Ministerio de Economía y Empresa. Colección Economía Digital.
- **Pesole, A. et al. (2018).** *“Platform workers in Europe. Evidence from the COLLEEM Survey”*. Joint Research Centre (JRC) Science for Policy Report.
- **Urzi Brancati, C. et al. (2019).** *“Digital Labour Platforms in Europe: Numbers, Profiles, and Employment Status of Platform Workers”*. Joint Research Centre (JRC) Technical Report.
- **WEF (2020).** *“The Promise of Platform Work: Understanding the Ecosystem”*.

ANEXO I

ENCUESTA A REPARTIDORES

La caracterización de los repartidores de las plataformas de *delivery* recogida en este informe se nutre de los resultados de una encuesta a dichos profesionales, promovida por Adigital con la colaboración de tres de las principales plataformas de *delivery* que operan en España: Deliveroo, Glovo y Uber Eats. Las tres aglutinan más de la mitad de la cuota de mercado.

La encuesta fue realizada en los meses de enero y febrero de 2020, en formato digital, dirigiéndose a los repartidores activos en las tres plataformas, con independencia de que la colaboración con la/s plataforma/s fuese o no su principal fuente de ingresos.

Un total de 1.852 repartidores respondieron al cuestionario, que contenía preguntas tanto relativas a su perfil sociodemográfico, como a su actividad profesional y a las motivaciones para colaborar con la/s plataforma/s de *delivery*.

Con la finalidad de evitar duplicidades en el cómputo de las respuestas de aquellos profesionales que colaboran con más de una plataforma, en el cuestionario se indicaba expresamente que en caso de ser colaborador multi-plataforma se emitiese una respuesta única (global) y no se repitiese el suministro de información a varias plataformas.



