

VULNERACIONS DE DRETS SOCIALS I IMPACTE AMBIENTAL DEL CONSUM DIGITAL



VULNERACIONS DE DRETS SOCIALS I IMPACTE AMBIENTAL DEL CONSUM DIGITAL

Anàlisi, reptes i alternatives davant de les vulneracions de drets laborals a l'Argentina i Espanya, i de l'impacte de gènere, ambiental i del dret a la ciutat de les economies de plataforma i les distribuïdores de compra digital.



© Associació Observatori de Drets Humans,

Observatori DESC
C/ Casp 43, Baixos
Barcelona 08010

Coordinació: Marta Ribera Carbó

Redacció: Ayelén Flores, Marta Ribera Carbó, Gisela Torrens Monegal

Revisió: Irene Escorihuela Blasco, Clara Morellà Violeta

Maquetació i traducció: L'Apòstrof

Portada i contraportada: Rafael Vilela

Amb el suport de*:



*El contingut d'aquesta publicació és responsabilitat exclusiva de l'Observatori DESCA i no reflecteix necessàriament l'opinió de l'ACCD, la Generalitat de Catalunya o de l'Ajuntament de Barcelona.

ÍNDEX

Introducció	4
Model i <i>modus operandi</i> de les economies de plataforma	8
Economies de plataforma tradicionals o unicorn: <i>modus operandi</i> de casos seleccionats	15
Drets de les persones treballadores: els casos argentí i espanyol	18
Reaccions estatals: dos casos d'estudi en perspectiva comparada	20
Impacte de les economies de plataforma en les desigualtats per raons de gènere	26
Cooperatives de plataforma: reptes, polítiques de suport i futurs horitzons	32
Impacte ambiental de les economies digitals: anàlisi del transport dels mercats en línia després de la pandèmia de la COVID-19	36
El consum digital augmenta a tot el món, durant i després de la pandèmia	37
El consum digital de productes estrangers	39
El consum digital específic de l'Estat espanyol i Catalunya	40
Impacte social i ambiental del consum digital	44
El cas de Amazon	45
Propostes reguladores i el dret a la ciutat	48
Conclusions i recomanacions	50
Bibliografia	58

INTRODUCCIÓ

Com s'expliquen els diversos impactes laborals, o fins i tot els ambientals, que tenen les diferents empreses que operen en l'entorn digital, tant les economies de plataforma com les distribuïdores en línia? Hi ha cap patró en el disseny i el funcionament d'aquestes empreses? Quines alternatives hi ha a aquests models i quins reptes afronten? Aquestes són algunes de les preguntes que intentem respondre en aquest estudi, ateses les múltiples vulneracions de drets detectades al comerç digital, i particularment després de l'auge en compravendes en línia que s'ha experimentat després de la Covid-19.

D'una banda, ens centrem en les plataformes on hi ha la feina, és a dir, aquelles xarxes digitals que coordinen transaccions laborals d'una manera algorítmica. Aquest tipus d'empreses les anomenarem "economies de plataforma". Aquestes plataformes engloben una àmplia varietat de serveis que impliquen la realització de tasques específiques per part de prestadors o prestadores, i també se solen anomenar "plataformes basades en la localització", ja que el treball es gestiona en línia, però s'executa fora d'ella. La característica distintiva d'aquest tipus de plataformes és que el seu model de negoci depèn del control de les retribucions que reben les persones que hi treballen.

S'estima que el treball en economies de plataforma representa menys del 5% de la mà d'obra global. Està previst que el seu pes relatiu augmenti, però cal tenir present en aquestes projeccions que el creixement d'aquestes empreses fins al 2021 es va basar en part en l'existència de crèdit amb baix interès i amb una demanda augmentada arran de la pandèmia i postpandèmia de la covid-19, tendències que van canviar el 2022. Tot i així, el 2018 un 2,6% de la població major de 16 anys a Espanya exercia el seu treball principal a través de plataformes. La xifra encara és més considerable si se suma als qui treballaven en plataformes de manera esporàdica. En aquest, cas la xifra augmenta fins al 18,5%, la proporció més alta dels 16 països europeus inclosos a l'enquesta COLLEEM¹.

S'ha afirmat el pes de les economies de plataforma a les economies globals i la seva capacitat de crear valors monetaris i més abstractes, com proveir serveis gratuïts per al consumidor,

1. Enquesta d'Economia Col·laborativa i Ocupació, COLLEEM segons les sigles en anglès.

com les xarxes socials, missatgeria instantània o mapes digitals. Tanmateix, també han generat controvèrsies a causa dels models de plataformes existents i les seves respectives correlacions amb la creació d'externalitats negatives. Això en virtut del fet que, si bé algunes plataformes funcionen amb una dinàmica col·laborativa, com ara les cooperatives de plataforma, també és cert que poden ser altament extractives.

Atesa la novetat de models de funcionament i inversió que han suposat les economies de plataforma, abordem aquest estudi repassant **quines són les plataformes imperants, com es desenvolupen inicialment i quines maneres d'operar adopten en alguns dels casos**. Analitzarem quin impacte tenen en els drets de les persones treballadores, i ens centrarem en els casos de **l'Argentina i de l'Estat espanyol com a casos representatius dels seus respectius continents, i sobretot en l'efecte sobre les dones**. Aquesta anàlisi de gènere es troba en pocs estudis de l'impacte de les economies de plataformes, i ressalta algunes mancances en les reformes legislatives que s'han dut a terme per fer front a la precarietat laboral del sector. Estudiem també quines **alternatives hi ha als models extractius analitzats, quins reptes afronten i quines polítiques públiques de suport s'estan desenvolupant**.

Les noves economies digitals tendeixen a impactar negativament no solament en l'àmbit dels drets laborals dels usuaris proveïdors de serveis. A causa de l'augment de les **compres a través d'internet**, a la darrera dècada s'han consolidat actors globals que distribueixen béns també a domicili, i que generen impactes ambientals i socials que transcendeixen fronteres.

En aquest estudi analitzem l'augment d'aquestes transaccions a Europa i a l'Estat espanyol, atès que el continent és una de les regions consumidores més importants de productes en línia. Entenent aquestes noves modalitats empresarials com aquelles que s'adapten a l'entorn globalitzat, tant digitalment com en l'àmbit del transport de mercaderies global, analitzem també quin és l'impacte ambiental de l'augment de l'ús d'aquest tipus de plataformes i empreses. Per aquest motiu, ampliem l'anàlisi de l'estudi a plataformes de mediació de compravenda al detall, que també identifiquem com a "mercats en línia" o "distribuïdores en línia", com Amazon o AliExpress.

Pel que fa a aquest impacte ambiental, avaluem el possible impacte del consum digital, diferenciant entre el consum local i l'estranger, i ens centrem en **l'anàlisi d'emissions del transport de darrera milla, és a dir, del transport des dels magatzems / botiga física fins a la llar de la persona consumidora**. Així, **també enumerem algunes polítiques públiques aprovades que pretenen pal·liar aquest efecte, alhora que repassem breument els impactes socials** de l'augment d'aquest consum després de la pandèmia de la Covid-19.

Al final del document, esmentem una sèrie de conclusions i exposem algunes recomanacions relatives a polítiques públiques i a potencials línies de recerca. Essencialment, l'estudi ens ha permès inferir que les economies de plataformes, a causa del seu *modus operandi* i als capitals de què es valen per funcionar, suposen una quantitat important de vulneracions de drets socials, laborals, ambientals i de gènere. Augmentar la transparència del sector, i forçar aquestes plataformes perquè funcionin dins del marc de la llei laboral i ambiental, són les qüestions més urgents que han de ser ateses.

MODEL I MODUS OPERANDI DE LES ECONOMIES DE PLATAFORMA

El model promogut per les economies de plataforma ha estat analitzat tant per actors acadèmics com institucionals. Se n'ha afirmat el pes en l'economia global i la capacitat per crear valors monetaris i més abstractes, així com per proveir serveis gratuïts per al consumidor, entre ells les xarxes socials, missatgeria instantània o mapes digitals (Parlament Europeu, 2021).

Tot i això, també s'han suscitat controvèrsies vinculades a la incidència de les plataformes en la creació d'externalitats negatives, ja que, si bé aquestes en alguns casos suposen dinàmiques col·laboratives, com les cooperatives de plataformes, també és cert que en altres poden ser altament extractives (Srniczek, 2018).

Srniczek també explica que la plataforma representa el model de negocis ideal per obtenir, analitzar i utilitzar grans quantitats de dades que avui juguen un rol fonamental en el creixement d'una companyia. Subirats (2019) entén que les dades constitueixen la nova matèria primera a través de la qual és possible crear informació valuosa per identificar potencials clients i canvis en les preferències dels consumidors, la qual també es pot utilitzar per controlar el personal que forma part de l'empresa. No hi ha dubtes que aquest model s'ha expandit cap a diverses activitats econòmiques, cosa que ens permet identificar diferents tipus de plataformes: de publicitat, com Google i Facebook; plataformes del núvol, com Amazon Web Services; plataformes industrials, com Siemens, que elaboren el programari i el maquinari que es requereix per transformar la manufactura tradicional en processos connectats per internet; plataformes de productes com Spotify, i plataformes austeres² com Uber o Airbnb.

La manera com es desenvolupen aquest tipus de plataformes es pot explicar així: elles són les propietàries del programari i de les dades que els usuaris generen, i actuen com a **intermediàries digitals** entre els qui brinden un servei i els clients que el requereixen. Així mateix, **la plataforma manté digitalment l'organització jeràrquica del treball per tal d'organitzar**

l'activitat, establir horaris i tarifes i fins i tot penalitzar els treballadors si no compleixen els torns o la qualitat esperada per la companyia. Tot i això, els prestadors no són considerats assalariats, sinó particulars que reben una retribució en completar un determinat gig³.

S'estima que el treball en plataformes representa menys del 5% de la mà d'obra global, però està previst que el pes relatiu augmenti (Banc d'Espanya, 2022; OIT, 2021). El 2018, un 2,6% de la població més gran de 16 anys a Espanya exercia el seu treball principal a través de plataformes, i si s'hi suma els qui treballaven en plataformes de manera esporàdica, la xifra augmenta fins al 18,5%, la proporció més alta dels 16 països europeus inclosos a l'enquesta COLLEEM. Segons CIPPEC (2018), el conjunt d'usuaris-proveïdors de serveis a través de plataformes digitals representava el 2018 l'19% del total d'ocupats de l'Argentina. Tanmateix, és difícil obtenir mesures precises, ja que fins ara les estadístiques oficials no estan dissenyades per recollir dades d'aquest tipus de treball (Pesole et al., 2018).

Renau, Fuster i Espelt (2021) han contribuït a la investigació a Espanya sobre aquests nous models. Aquesta divisió es fa segons la qualitat democràtica de les plataformes digitals, partint de la hipòtesi que és possible distingir entre tres models de plataforma diferents: Open Commons, unicorns i Platform Coops o cooperatives de plataforma.

Les plataformes **Open Commons** les promouen generalment fundacions de govern comunitàries. Aquest model de plataforma utilitza el programari lliure de codi obert i les llicències obertes que proveeixen dades i coneixements, cosa que afavoreix l'economia circular, té en compte l'impacte ambiental i s'orienta al valor social. Justament per aquests motius, hi ha pocs exemples d'aquest tipus de plataformes, i un n'és Viquipèdia. Consegüentment, com que es tracta d'un model residual, aquest text no se centrarà a analitzar-lo.

2. Plataformes de la *gig economy*, que suposen una inversió baixa de capital, en què la inversió principal es destina normalment a despeses publicitàries (Srniczek, 2018).

3. De l'anglès, significa petit encàrrec. D'aquest terme s'origina el concepte *gig economy*.



Figura 1. Tipus d'economies de plataformes segons Renau, Fuster i Espelt (2021).
Elaboració pròpia a partir d'imatges protegides amb llicència CC BY 2.0. Crèdits d'ús d'imatge a Giulia Forsythe i zoomar

Les **unicorns** fan referència a les *startups* (empreses emergents) de plataformes promogudes per empreses tecnològiques amb una alta capitalització del mercat. El terme *unicorn* es va fer servir per primera vegada el 2003 per a empreses que s'havien valorat fins a 1.000 milions de dòlars de capitalització borsària. Avui dia, el terme s'empra per a aquelles que tenen aquesta valoració, encara que generin pèrdues (o rendibilitat negativa). Per tant, les unicorns són plataformes que pretenen convertir-se en grans empreses multinacionals, que estan orientades exclusivament al benefici econòmic i que normalment restringeixen enormement la seva governança (Renau, Fuster i Espelt, 2021). Algunes de les que han estat unicorn i que operen al mercat de l'Estat espanyol, com Glovo o Uber, són conegudes per produir impactes disruptius sobre la sobirania de les ciutats, en els drets laborals o el medi ambient.

Les economies de plataforma anomenades unicorn, o que aspiren a ser-ho, es financen normalment a través de capital privat, en rondes de finançament. Se les considera inversió d'alt risc (*venture capital*, anglès) perquè tenen un índex d'èxit baix, però per compensar aquesta baixa probabilitat s'ofereixen amb un retorn alt en cas d'èxit.

Globalment, diversos fons d'inversió de capital de risc han invertit en les economies de plataforma dominants a l'esfera global. Alguns exemples són Vision Fund, la divisió de *venture capital* de Softbank, que ha invertit en Uber, DiDi, Grab, Onada, Swiggy i Rappi; Sequoia capital, un fons d'inversió de capital de risc, que ha invertit en Ona, Rappi, Zomato i Getir (Zhou & Guest, 2021); i Korea Investment Partners, una empresa de *venture capital* que es troba també darrere del gegant xinès DiDi Chuxing.

Per a les plataformes de repartiment a domicili, aquesta promesa d'alta rendibilitat pot suposar el 2023 un punt d'inflexió per a la continuïtat o la desaparició. Empreses com Glovo, Delivery Hero, Uber Eats o Just Eat afronten la desaceleració de l'economia i la caiguda en picat de les seves accions (Alcalde, 2022); els accionistes ja estan impacients per començar a veure guanys en aquestes companyies, que han tingut com a mantra l'expansió malgrat les pèrdues.

De fet, que hagin nascut i sobreviscut en l'última dècada tantes plataformes digitals només es pot explicar pels baixos interessos del capital a Europa i als Estats Units, situació que s'ha estès fins a finals de la pandèmia de la covid-19, i fins i tot per la seva decisió d'anar a pèrdues per quedar-se amb el mercat (Simón, 2021). La pujada dels tipus d'interès que es va començar

a experimentar el 2021 i que es va consolidar el 2022 pot fer que, naturalment, ja no sorgeixin aquest tipus d'empreses amb inversions tan altes i agressives, i també és possible esperar que les mateixes plataformes puguin el preu als consumidors i consumidoras davant d'aquesta manca d'accés a finançament barat. De fet, el 2022 ja s'han apreciat grans descensos en les inversions d'alt risc o *venture capital* a escala global, amb la caiguda més pronunciada de les darreres dues dècades (Du & Zhang, 2022).

En l'àmbit de les plataformes, als Estats Units la pujada de preus ja s'ha apreciat, per exemple, a Uber. A ciutats com Nova York, els preus s'han equiparat al servei de taxi, o fins i tot han estat més alts (Yotaxi, 2021).

La vinculació entre les vulneracions de drets humans i les empreses de capital de risc ha estat denunciada per algunes organitzacions. Amnistia Internacional (2021) ja ha apuntat que les empreses que depenen de "treballadors temporals" o basats en aplicacions (economies de plataforma), com Lyft i Uber, reben importants fons d'empreses que gestionen capital de risc, tot i que els empleats sovint han de suportar condicions de treball abusives i explotadores.

Quan parlem d'economies de plataforma normalment ens referim a empreses que operen amb un marge de benefici molt baix, i que només són rendibles si tenen un volum de negocis molt alt. Això vol dir que perquè tinguin benefici en algun punt han de gestionar moltes comandes.

A les *startups* de lliurament a domicili, cal invertir milions en el desenvolupament de l'aplicació. Tot i que entre les aplicacions de *startups* les de lliuraments a domicili són relativament senzilles, el cost no baixa dels milions d'euros i suposa tenir un equip de centenars de desenvolupadors per crear-la i mantenir-la. S'ha de tenir en compte que el cost de plantilla de desenvolupadors informàtics és molt alt actualment perquè els salaris són elevats en aquest sector i

perquè hi ha molta demanda d'aquest tipus de llocs de treball⁴.

Tot i així, la majoria dels recursos de les plataformes de *delivery*⁵ no van destinats a desenvolupar la tecnologia, sinó a adquirir aquest volum de transaccions que necessiten per ser rendibles. És a dir: la majoria del capital s'inverteix a aconseguir els clients, els proveïdors (restaurants, en aquest cas) i els *riders*⁶. L'adquisició d'aquesta base s'ha de fer d'una manera molt ràpida per complir les expectatives dels inversors, per la qual cosa en molts casos es pot haver gastat molt més en màrqueting per captar un client o clienta, cosa que es guanya amb les comandes del mateix consumidor.

A més de basar-se en un creixement accelerat en espera d'una rendibilitat futura (moltes vegades a costa de drets laborals), també s'evidencien pràctiques d'evasió d'impostos en algunes economies de plataforma. Un exemple clar n'és Uber, que declara anualment pèrdues milionàries des que va sortir a borsa i opera a través de paradisos fiscals per evadir el pagament de l'impost sobre societats: només durant el 2019, Uber hauria evadit més de 552 milions d'euros arreu del món (Alecci, 2022). Tanmateix, aquestes pèrdues anuals es redueixen i el 2022 Uber espera ser rendible. Cal aclarir que **aquesta rendibilitat s'aconsegueix**, tal com s'exposa al llarg de l'informe, **a través de la dinàmica següent: primer s'estableix a les diferents ciutats a través de competència deslleial i de l'aplicació de pràctiques que evadeixen la normativa vigent, i després augmenta tant els preus del servei als consumidors com les comissions que cobren als conductors i proveïdors.**

És preocupant també la tendència de les economies de plataforma o *gig economy*⁷ d'actuar com un monopoli natural, en què la mateixa dinàmica del model tendeix a fusionar totes les plataformes en una de sola (Srniczek, 2018). Això

4. Dades aproximades aconseguides en entrevistes amb treballadors d'economies de plataformes unicorn que preferixen restar a l'anònim, fetes al gener de 2023.
5. Lliurament en anglès, terme que es fa servir per fer referència a la indústria de lliurament a domicili.
6. Genet, ciclista o motorista en anglès, terme que es fa servir per identificar les persones que treballen en la indústria del lliurament a domicili fent els repartiments.
7. Terme anglosaxó que té com a traducció literal "economia dels petits encàrrecs" i que es fa servir per anomenar un model de prestació de serveis de curta durada a través de plataformes digitals.

és perquè les economies de plataforma es caracteritzen per la **dinàmica del guanyador únic**, en què cada any sorgeixen diverses plataformes, però només unes quantes sobreviuen.

Aquesta dinàmica de guanyador únic s'ha traduït en monopolis regionals, en la qual un nombre

reduït d'empreses "gig" es reparteixen les seves operacions en regions geogràfiques i econòmiques:

Països d'operació d'empreses 'gig' de repartiment de menjar a domicili



Figura 2. Països on opera Delivery Hero.

Elaboració pròpia.

Nota: Delivery Hero és una empresa alemanya que opera diverses empreses de delivery, com Glovo, FoodPanda o PedidosYa.



Figura 3. Països on opera Gojek.

Elaboració pròpia.



Figura 4. Països on opera Rappi.

Elaboració pròpia.

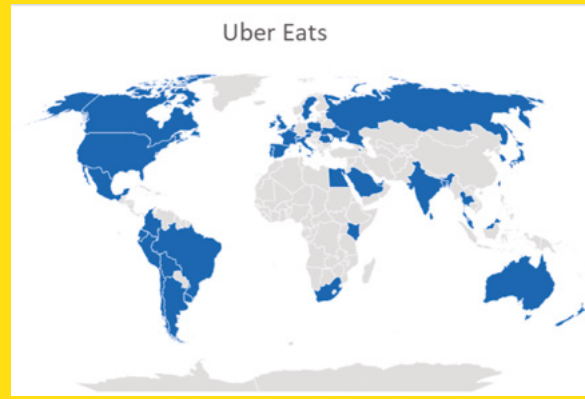


Figura 5. Països on opera Uber Eats.

Elaboració pròpia.

Països d'operació d'empreses 'gig' de mobilitat

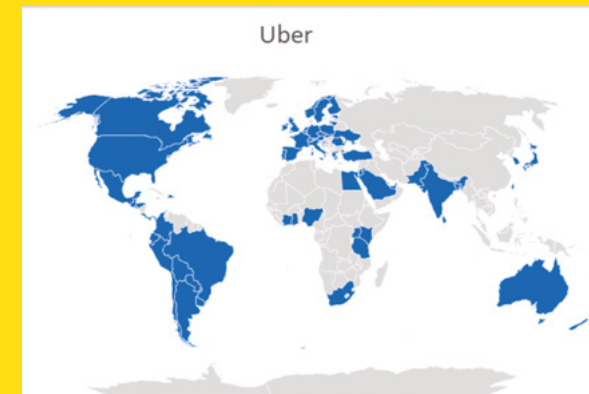


Figura 6. Països on opera Uber.

Elaboració pròpia.

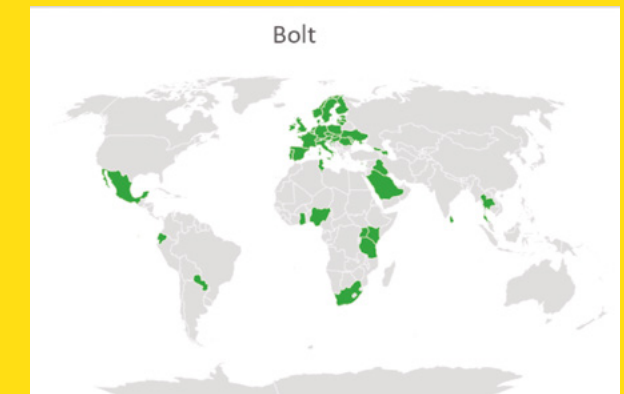


Figura 7. Països on opera Bolt.

Elaboració pròpia.

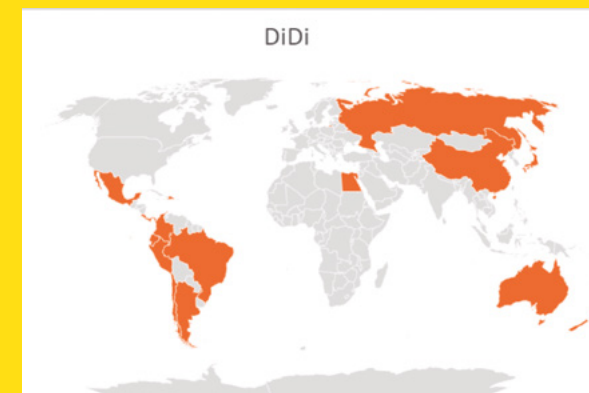


Figura 8. Països on opera DiDi.

Elaboració pròpia.



Figura 9. Països on opera Ola.

Elaboració pròpia.



Figura 10. Països on opera Grab.

Elaboració pròpia.

Nota: Grab i Uber van competir en el sud-est asiàtic fins que el 2018 Uber va vendre les seves operacions regionals a la companyia establerta a Singapur.

En la lògica capitalista, fins i tot així es plantegen reptes a la sostenibilitat econòmica del model, ja que quan unes poques plataformes controlen el mercat, la competència queda ofegada (World Bank, 2019). La compra de Glovo per part de Delivery Hero n'és un exemple. De fet, a l'estiu del 2022 aquestes empreses van ser investigades per la Comissió Europea per presumptes pràctiques anticompetitives (Jiménez, 2022). Les investigacions van ser preliminars i s'està pendent que es comuniqui com continuen.

Experts i expertes en la matèria consideren improbable **la sostenibilitat econòmica del model actual en la indústria del repartiment a domicili sense que s'incorri en vulneracions de drets laborals**. Un estudi recent dels operadors de *delivery* a la ciutat de Barcelona demostra que si **els riders són registrats com a empleats d'aquestes empreses, en comptes d'operar com a autònoms, la disminució de la rendibilitat del negoci s'estima fins al 30%**. L'estudi se centra en els casos de Just Eat o Glovo, empreses que el 2021 van declarar 350 i 591 milions d'euros en pèrdues. **Això explica per què aquestes empreses són reticents a introduir canvis en les condicions de treball dels seus repartidors**. També explica el desenvolupament constant d'iniciatives complementàries per captar noves fonts d'ingressos, com ara cuines fantasma o lliuraments de tota mena d'articles, incloent-hi no comestibles (Alvarez-Palau *et al.*, 2022).

Finalment, són models d'empresa on **la dependència de les dades és molt alta**. Quan s'opera amb un marge de benefici tan petit, el nivell d'optimització que necessiten aquests models depèn de la gestió i l'anàlisi de dades. Un exemple d'aquesta dependència extrema podria ser la situació següent. Una plataforma de *delivery* ha de decidir quin descompte oferir durant un sol dia a les persones consumidores perquè facin ús del servei. La diferència entre proposar un descompte de 0,5 o 0,25 €, amb aquest marge de 25 cèntims d'euro, pot suposar un augment suficient de la demanda de manera que generi beneficis, o pot suposar unes altes pèrdues aquella jornada. Per tant, com més es depèn d'un petit marge de benefici, més gran és la dependència de les dades i de l'optimització dels processos.

L'últim tipus d'economia de plataforma, i que és diametralment oposat al de les startups o unicorn, són les **cooperatives de plataforma**. Sorgeixen, de fet, com una alternativa a aquestes, amb els objectius de crear treball decent i horitzontal, i amb estructures de presa de decisions, teixint xarxes, basades en la copropietat i la cogovernança.

Aquest tipus de plataformes, en ser cooperatives, s'integren dins de l'economia social i solidària (ESS), que és reconeguda com un conjunt ampli d'organitzacions i empreses que estan específicament orientades a produir béns, serveis i coneixement mentre persegueixen objectius econòmics i socials i fomenten la solidaritat. Dins de l'ESS, s'aposta per un model resilient, sostenible socialment i ambientalment, i de creixement en tot cas orgànic. Alguns exemples de cooperatives de plataforma dins del repartiment a domicili a l'Estat espanyol són Mensakas a Barcelona o la Pájara a Madrid. Renau, Fuster i Espelt, a l'article "Democratitzant l'economia de plataforma" (2021), fan un estudi de diferents casos de cooperatives que representen alternatives a les economies de plataforma més conegudes.

Com hem dit, les cooperatives de plataforma representen un model oposat a les unicorns per diferents motius. Més endavant a l'informe ens centrarem a explicar el funcionament i els reptes dels tipus cooperatius, però primer analitzarem alguns trets distintius de les plataformes unicorn o tradicionals.

Economies de plataforma tradicionals o unicorn: *modus operandi* de casos seleccionats

Què sabem de la manera d'operar de les plataformes tradicionals o unicorn que més denúncies han rebut a causa del seu impacte social?

Al juliol de 2022 es van publicar les tècniques de desplegament de l'empresa Uber entre 2013 i 2017 (Grasso, 2022). L'estratègia d'entrada d'aquesta empresa a una nova ciutat és definida pels mateixos treballadors en els comunicats interns com una tempesta burocràtica i legal, fent cas omís de les regulacions, amb l'objectiu de crear caos, vulneracions de drets, protestes i conflictes. Es van descriure infiltracions a les mobilitzacions del sector del taxi, amb l'objectiu de saber qui eren els principals organitza-

dors i assetjar-los (tal com ja va denunciar Tito Álvarez [Congostrina, 2022]), per crear una narrativa de violència que condicionés l'opinió pública a favor de l'empresa, i que també incloï trobades entre lobbistes i polítics (García, 2022).

L'objectiu d'aquestes trobades era aconseguir regulacions favorables per a l'establiment de l'empresa, i es narra com es van aconseguir els resultats perseguits després de reunir-se, per exemple, amb Emmanuel Macron o Pere Aragonès (Ayuso, 2022), abans que tots dos ocupessin els seus respectius càrrecs de presidents que tenen avui dia.



Imatge 1. Membres del col·lectiu Riders x derechos davant la seu del Ministeri de Treball espanyol. Crèdit d'imatge a Riders x derechos.



Imatge 2. Colectiu Los Deliveristas Unidos a Nova York.

Crèdit d'imatge: Los Deliveristas Unidos

Cal augmentar la transparència del sector, tant per les sol·licituds d'informació als gegants tecnològics com per les accions de lobby fetes amb representants polítics. Els i les congressistes no compleixen el deure de publicar al portal de transparència de la Cambra les trobades amb grups d'interès o lobbistes ni desenvolupen el reglament per regular aquest registre (Aduriz, 2022). A més, mitjans periodístics han denunciat la manca de transparència i dificultat d'accés a dades sobre sancions a gegants tecnològics, com ara Amazon (Aznar & Palà, 2022).

La divulgació dels comunicats interns es va acompanyar per investigacions del diari *El País*, on es va retratar la precarietat en què viuen les persones conductores de la plataforma a l'Estat espanyol (Hidalgo, 2022). Les persones treballa-

dores van denunciar que és pràcticament impossible establir contacte amb res que no sigui un robot automatitzat i que els ajudi en cas de robatori o assetjament. Amb un mínim de facturació de 3.500 euros per persona imposada per Uber, les persones conductores acabaven amb un salari de 1.200 euros després de jornades laborals frenètiques i extenuants de més de 12 hores.

Després que deixés d'estar vigent el "decret Ábalos", que donava quatre anys a les comunitats autònomes a Espanya per a regular les VTCs⁸, hi ha normatives molt diverses que regulen l'emissió d'aquestes llicències, de manera més o menys restrictiva, però encara hi ha diverses comunitats autònomes on no s'ha aprovat cap normativa. Pel que fa a Catalunya, es va aprovar el Decret llei 9/2022, de 5 de juliol, de mesures

urgents en matèria de lloguer de vehicles amb conductor, que regula altres elements obligatoris per als VTC com tenir una llargada mínima de 4,9 metres, comptar amb distintius 0 i ECO per a cotxes nous i tenir carnet de conduir de fa més de dos anys. Altres regulacions locals que també limiten els VTC estan, tanmateix, pendents d'impugnacions de l'empresa Prestige i Limousine davant la justícia europea per la possible incompatibilitat amb les normatives de la UE de lliure competència (Martínez, 2022).

No podem, doncs, deslligar les vulneracions descrites en aquest informe del disseny de les plataformes des que es van crear, ja que va vinculat al model de creixement, ni podem tampoc desvincular els danys causats de les pràctiques d'entrada i consolidació en un mercat. L'aterratge en un escenari d'inseguretat jurídica és planificat per aprofitar els primers anys d'incertesa i establir-se com a única o de les poques opcions al mercat.

Un cop es fan evidents les vulneracions de drets o la situació d'avantatge respecte als comerços més tradicionals, aquestes es resolen per via contenciosa, legislativa o per totes dues, en un procés que pot trigar anys en cas que es doni. Cal recordar, però, que els avenços legislatius en matèria de drets que s'han ressaltat en aquest estudi, com la llei Rider, es van assolir en gran part gràcies a les mobilitzacions de base dels mateixos *riders*, com *RidersxDerechos*, i també gràcies a un compromís polític específic de donar una solució a la precarietat del sector (Podemos, 2019). Un altre cas emblemàtic de protecció laboral per als treballadors a la indústria del *delivery* es va donar a la ciutat de Nova York el setembre de 2021, quan es van aprovar paquets de mesures reguladores després de llargues mobilitzacions de *Los Deliveristas Unidos* (2021).

⁸ VTC fa referència a les sigles de Vehículos de Turismo amb Conductor, que són llicències necessàries a l'Estat espanyol per fer activitats de transport amb conductor.

DRETS DE LES PERSONES TREBALLADORES: ELS CASOS ARGENTÍ I ESPANYOL

En les darreres dècades, el dramàtic canvi tecnològic associat a la revolució digital ha provocat transformacions graduals però persistents en les relacions laborals. L'auge de la *gig economy* representa el capítol més recent d'aquesta tendència general i causa un impacte profund no solament sobre els espais i els processos de treball, sinó també sobre el reconeixement dels drets dels treballadors.

En aquest estudi ens centrem en les plataformes en què media la feina, és a dir, aquelles xarxes digitals que **coordinen transaccions laborals d'una forma algorítmica** (Fernández Macías, 2017). Aquestes plataformes engloben una àmplia varietat de serveis que impliquen la realització de feines específiques per part de prestadors, i també se solen anomenar “plataformes basades en la localització”, ja que la feina es gestiona en línia, però s'executa fora de línia. És a dir, la feina es fa de manera local i sovint mitjançant aplicacions (apps) que assignen les feines a individus en una àrea geogràfica específica. Entre els tipus de feines més comunes que abasta aquesta forma de treball hi ha una àmplia gamma de serveis, en general de baixa complexitat, com els serveis de repartiment, missatgeria, lliurament de productes a domicili, feines domèstiques, cures d'adults, serveis d'electricitat, pintura, entre d'altres.

Com ja s'ha esmentat, la característica distintiva d'aquest tipus de plataformes és que el seu model de negoci depèn del control sobre les retribucions que reben els qui operen a través d'elles, ja que el seu objectiu **és assolir una posició monopolística** per esdevenir els preferits dels consumidors, i per això **els preus s'han de mantenir baixos** (Heiland, 2019). De tota manera, la posició monopolística no s'assoleix només amb els preus a la baixa, sinó que, com hem avançat, també necessita l'ús de grans quantitats de dades. Institucions com la Comissió Europea ja ha advertit plataformes com Amazon per l'abús de posició dominant a causa de l'ús de dades, i l'ha amenaçat amb multa si el gegant de les compres en línia no canvia les pràctiques (Gil, 2022).

Com detallem en diferents apartats d'aquest estudi, les plataformes són les propietàries del programari i de les dades que els usuaris generen, i actuen com a **intermediàries digitals** entre els

qui brinden un servei i els clients que el requereixen. **La plataforma manté digitalment l'organització jeràrquica de la feina per tal d'organitzar l'activitat, establir horaris i tarifes, i s'encarrega de penalitzar els treballadors** si no compleixen els torns o la qualitat esperada. Tot i això, en molts casos **les persones que presten el servei no són considerades assalariades, sinó particulars que reben una retribució en completar un determinat gig**.

Ara bé, el problema no rau en el fet que aquestes plataformes mantinguin la direcció i el control sobre la força de treball, sinó en el fet que pretenguin esquivar les regulacions laborals que protegeixen els treballadors. Com hem detallat, mitjançant filtracions de documents interns de plataformes com Uber, s'ha corroborat que l'evasió de normatives locals forma part de l'estratègia perquè es pugui donar la situació monopolística (ODESC, 2022).

Aquesta propensió a evadir la relació tradicional de treball està estretament lligada a una tendència més àmplia cap a l'expansió de formes atípiques d'ocupació (OIT, 2016). Resulta clar que en els darrers anys la introducció de plataformes en línia ha accelerat l'orientació cap a la precarització laboral als països d'occident, procés que va començar com a resultat de la implementació de polítiques neoliberals durant els anys setanta i vuitanta, i que va empitjorar els anys 2000.

La qüestió central s'arrela en la contradicció que representen (Pesole *et al.*, 2018). D'una banda, **disminueixen les barreres d'entrada al mercat de treball** de grups vulnerables que històricament han estat discriminats, com ara el jove, les persones amb nivells baixos d'educació, persones aturades o immigrants. D'altra banda, també és cert que creen oportunitats laborals en moments crítics, que va ser el que va passar durant la pandèmia causada per la covid-19. Amb tot, les plataformes intenten eludir les regulacions que protegeixen els drets de les persones treballadores, a qui es considera “freelancers” o treballadores autònomes. La conseqüència directa és que les condicions laborals, de representació col·lectiva, i la protecció social són, en el millor dels casos, poc clares, i, en el pitjor, completament desfavorables.

De fet, cal aclarir que en la majoria dels règims jurídics de l'Amèrica Llatina i Europa, els qui no

acrediten la condició formal de treballador dependent no tenen la protecció proveïda pel Dret del Treball ni cobertura de la Seguretat Social per part de l'ocupador. No solen tenir, per tant, dret a salaris mínims, limitació del temps de treball, representació col·lectiva, acció directa ni negociació; tampoc protecció d'higiene i seguretat, assegurança per desocupació ni protecció contra els accidents del treball i contra malalties professionals. Tampoc no gaudeixen del dret a vacances remunerades ni llicències pagades per malalties o accidents no professionals. No es poden beneficiar de drets de pensió, ni de permisos per maternitat o paternitat.

Això vol dir que el model de negocis **no garanteix l'estabilitat dels ingressos ni la inversió en pensions, renega de la dependència laboral, augmenta els riscos en salut i seguretat i impedeix la formació i el desenvolupament de carreres professionals.**

Ara bé, cal aclarir que, així com hi ha elements que proven la dependència econòmica i jurídica dels prestadors de serveis respecte a les empre-

ses (per exemple, la plataforma organitza l'activitat i fixa les tarifes), també és cert que les persones prestadores tendeixen a conservar alguns elements d'autonomia. Per exemple, són propietaris d'alguns dels mitjans de producció necessaris per a la prestació del servei, assumeixen els riscos i les responsabilitats pròpies de l'activitat davant de la plataforma i de tercers, i no tenen cap compromís d'exclusivitat amb una determinada empresa.

Però això no treu que aquesta modalitat de treball conserva trets essencials de la típica relació de treball de dependència: compromís personal del treball humà (del prestador), desigualtat contractual, presència d'un subjecte dominant (el donador de treball) i la consegüent necessitat de protecció. Per això, el treball de plataformes, com un dels àmbits més representatius de la desestandardització de la relació de treball típica, tendeix a **ocultar, emmascarar i difuminar els tradicionals subjectes del Dret del Treball, amb la pretensió de disminuir els costos laborals.**

Reaccions estatals: dos casos d'estudi en perspectiva comparada

Davant d'aquesta situació, els estats han adoptat modalitats de reacció diferents. Alguns han estat passius davant de l'avanç de les plataformes, sobretot aquells amb alts índexs d'informalitat laboral. En d'altres, en canvi, la controvèrsia entre el model de negocis d'aquestes companyies i la vulneració dels drets de les persones treballadores que implica aquest model s'ha canalitzat per via judicial i posteriorment per via legislativa, a través de la implementació de noves regulacions.

És possible exemplificar les dues tendències explorant, en perspectiva comparada, les reaccions d'Espanya i l'Argentina davant del fenomen de

les plataformes. El primer és un exemple de judicialització avançada i de reforma laboral present, mentre que l'Argentina representa un cas de judicialització amb prou feines incipient i de manca de regulació laboral específica. En aquest punt cal aclarir que el fet que s'atengui la situació, tant en l'àmbit judicial com en el legislatiu, **no implica necessàriament que la situació material de les persones treballadores efectivament millori.**

Espanya i la "Llei Rider"

A Espanya van ser els treballadors i treballadores de plataformes autoorganitzats, amb el suport de sindicats alternatius, els qui van començar a visibilitzar les tensions derivades de la qualitat de les feines que genera el model de negocis de les plataformes digitals. Després d'intentar obtenir el reconeixement de certs drets mínims de part d'una de les companyies actives a Espanya (Delivery) i de rebre una resposta negativa, van optar per recórrer a la instància judicial com a estratègia de lluita col·lectiva. Així, van interposar nombroses reclamacions judicials de les quals van sorgir sentències amb interpretacions diferents: algunes que es van pronunciar a favor de l'estat de subordinació de les persones treballadores respecte a les plataformes de *delivery*, i d'altres que consideraven que la figura del treballador autònom s'ajustava més a la realitat de la dinàmica relacional entre la plataforma i els repartidors. Amb el temps, el Tribunal Suprem finalment va determinar que hi ha un vincle laboral entre els repartidors i les plataformes de *delivery*, i va declarar en conseqüència que adoptaven la condició de falsos autònoms, ja que el seu veritable estatus és el de treballadors per compte aliè. Això, en virtut que l'empresa fixa les condicions essencials per a la prestació del servei de missatgeria i de la cadena, mentre que els treballadors s'introdueixen en l'organització de treball de l'ocupador.

Davant la resolució de l'òrgan judicial suprem, i tenint en compte que les sentències recomanaven un canvi legislatiu davant el buit legal, el poder executiu va decidir intervenir i va impulsar la llei 12/2021, coneguda com a llei Rider, que va entrar en vigor l'agost de 2021, amb la qual es pretenia acabar amb la precarietat del sector *delivery*. La llei va suposar una petita reforma de l'Estatut dels Treballadors, normativa en què es va incorporar la disposició següent:

«Disposició adicional vint-i-tresena. Presumpció de laboralitat en l'àmbit de les plataformes digitals de repartiment.

Per aplicació del que estableix l'article 8.1, es presumeix inclosa en l'àmbit d'aquesta Llei l'activitat de les persones que prestin serveis retribuïts consistents en el repartiment o la distribució de qualsevol producte de consum

o mercaderia, per part d'ocupadores que exerceixen les facultats empresarials d'organització, direcció i control de forma directa, indirecta o implícita, mitjançant la gestió algorítmica del servei o de les condicions de treball, a través d'una plataforma digital.»

L'instrument legal implicava un canvi en el funcionament del sector, ja que l'adaptació de les empreses a la nova regulació significava el reconeixement de la relació laboral que unia els repartidors amb les plataformes de *delivery*, és a dir, que s'havia de contractar com a treballadors per compte aliè els repartidors i repartidores. Així mateix, reconeixia el dret a la informació dels repartidors, és a dir, que les empreses tenen el deure d'informar-los sobre "els paràmetres, les regles i instruccions en què es basen els algorismes o sistemes d'intel·ligència artificial que afecten la presa de decisions que poden incidir en les condicions de treball, l'accés i el manteniment de l'ocupació, incloent-hi l'elaboració de perfils".

Ara bé, aquesta normativa revesteix dues fal·làcies significatives que impedeixen afirmar que les condicions materials de treballadores i treballadors de plataformes hagin millorat. Per una banda, en data de publicació d'aquest estudi, la vigència de la llei Rider haurà complert un any i mig; amb tot, no ha aconseguit que Glovo, l'empresa que domina el mercat de repartiment a domicili a Espanya, regularitzi la situació laboral de tota la plantilla de repartidors.

De fet, el setembre del 2022 vuit de cada deu persones treballadores d'una flota de prop de 10.000 treballadors continuen sent autònoms (*El Mundo*). L'empresa ha trobat la manera d'eludir la llei, dividint els repartidors en dos grups que es diferencien en funció dels clients. El repartiment de productes de supermercat el fa un grup on l'empresa assumeix que està dirigint la seva activitat i que, per tant, sí que és assalariat. Mentrestant, el segon, que forma el gruix del negoci, està compost per repartidores i repartidors autònoms. Altres companyies, que tenien una quota de mercat molt menor, van optar per retirar-se del país després de l'entrada en vigor

de la nova llei, com és el cas de Deliveroo, o per subcontractar flotes de repartidors per així evitar incorporar-los a la plantilla, tal com ho va fer Uber Eats. Conseqüentment, la qüestió encara no està tancada i Glovo, l'empresa amb més participació al mercat espanyol, continua desplegant els esforços en termes de recursos monetaris i lobbistes, per esquivar la normativa laboral i preservar el seu model de negocis que necessàriament implica reduir despeses a costa dels drets laborals dels repartidors.

L'incompliment de la llei Rider és tan gran que des del Govern espanyol s'està plantejant endurir les conseqüències del seu incompliment amb mesures penals. Segons han avançat fonts parlamentàries, al Govern espanyol s'ha acordat reformar l'article 311 del Codi Penal per poder actuar contra les empreses que incompleixin repetidament la legislació laboral. El nou text preveu que serà castigat amb la pena de presó "de sis mesos a sis anys" aquells que "imposin condicions il·legals sota fórmules alienes al seu contracte de treball". D'aquesta manera, continuar operant amb autònoms i incomplir la legislació en vigor serà un supòsit penal; fins ara, només suposava per a les empreses incórrer en delictes administratius (Chouza; Chasquero & Aranda; 2022).

El segon defecte de la llei es relaciona amb el seu àmbit d'aplicació reduït, en virtut que **no abasta la situació d'aquelles persones que treballen també en l'esfera de l'economia de plataformes**, fent un altre tipus d'activitats, encara que en condicions molt semblants. És el cas, per exemple, del treball domèstic i de la cura d'adults grans. La immensa majoria de les plataformes que ofereixen aquests serveis als usuaris no exigeixen a qui els presten que estiguin donats d'alta com a autònoms, i encara menys reconeixen la laboralitat de la dinàmica de la relació. Conseqüentment, les persones treballadores, que són majoritàriament dones (i migrants) a causa de l'extrema feminització d'aquesta classe de feines, es troben en l'absoluta informalitat i completament desprotegides. La situació va cridar l'atenció d'Inspecció de Treball en el cas d'algunes plataformes com Clintu, que després d'aixecar l'acta respectiva i que la seva resolució no fos acceptada, va portar l'assumpte als tribunals (Escribano, 2022). El que hem exposat visibilitza una de les principals limitacions de

la llei Rider espanyola: només s'aplica al sector específic del repartiment de menjars, i exclou altres àrees del treball en plataformes que també operen al marge de la llei, i deixa aquestes treballadores completament desemparades.

Segons Felipe Corredor, portaveu de Riders X Derechos, aquesta limitació de la llei Rider és una de les mancances principals. Quan s'estava negociant la reforma, l'objectiu inicial dels riders era aconseguir una llei "Stop falsos autònoms" que cobrís tots els sectors.

A nivell regulador, a Europa està en procés d'aprovar-se la Directiva de Treballadors de Plataformes. La Directiva seria actualment d'aplicació en les economies de plataforma on invertengui el treball a través de gestió algorítmica, i comporta una presumpció de laboralitat de les i els treballadors, per la qual cosa provar la condició d'autònom/a recau en l'empresa. Per tant, seria aplicable en tots els sectors, transcendint la limitació de la Llei Rider.

Després de l'aprovació de la proposta per part del Parlament Europeu el 2 de febrer del 2023, comença el mandat del Parlament per iniciar les negociacions a tres bandes amb el Consell de la UE i la Comissió Europea per acordar un text final per a la directiva de treball de plataforma. Aquesta aprovació es considera una victòria de les treballadores i treballadors de plataformes en detriment dels interessos del lobby, liderat per Uber i Amazon, i el Consell espera que s'aprovi abans del maig del 2024, quan acabarà l'actual legislatura europea. La presidència del Consell de la UE, que és rotatòria, és actualment de Suècia, fins que passi a Espanya el segon semestre del 2023 (Gálvez, 2023).

Situació a Argentina: alta informalitat laboral i baixa mobilització

Si bé Espanya té un dels mercats laborals més precaris d'Europa exceptuant la reducció de la temporalitat a causa del reial decret llei 32/2021, la legislació per protegir l'ocupació està en decadència des de mitjans de la dècada dels noranta, és important destacar que les feines estables i relativament ben remunerades han estat més comunes durant l'economia fordista del segle XX en una etapa de creació i enfortiment de l'estat de benestar. En canvi, a l'Argentina les polítiques neoliberals van impedir que el procés d'industrialització arribés a un estat de maduració suficient perquè la immensa majoria de la població gaudeixi dels beneficis laborals i socials propis d'aquest estat de benestar.

Conseqüentment, el mercat laboral argentí no es troba en condicions d'absorbir tota la població econòmicament activa, per la qual cosa la subocupació i la desocupació han estat problemàtiques persistents en l'economia del país. Així mateix, la inestabilitat dels preus pròpia de la constant inflació argentina fa que la situació d'aquelles persones que perceben ingressos fixos resulti encara més preocupant. En aquest context, a l'arribada d'aquestes companyies amb tan poques barreres d'ingrés hi ha un terreny propici per reclutar persones que busquen una alternativa laboral relativament ràpida per generar ingressos.

Davant d'aquesta situació, és veritat que l'economia de plataformes compleix certament un rol legítim de contenció davant la informalitat laboral i la insuficiència d'oportunitats laborals. De tota manera, també és clar que promou i incentiva el treball informal (en el cas argentí) o la contractació de falsos autònoms (que és el més comú a l'Estat espanyol), **una problemàtica que al llarg del temps diversos governs han intentat i continuen intentant erradicar**, alguns amb més èxit que d'altres. Cal aclarir que, segons CIPPEC (2018), tot i que el fenomen encara presenta un desenvolupament incipient, el conjunt d'usuaris-proveïdors de serveis a través de plataformes digitals representava el 2018 l'1% del total d'ocupats de l'Argentina.

Igualment, cal aclarir que en el cas de les plataformes de repartiment de domicili (Rappi, PedidosYa i Glovo són les que es troben actives actualment a Argentina), les companyies exigeixen als repartidors, que normalment són considerats treballadors independents, que estiguin inscrits en el règim simplificat per a petits contribuents anomenat "monotribut". Amb aquest sistema, els repartidors tenen un nivell mínim de prestacions bàsiques, tot i que continuen exclosos d'aspectes importants del règim de protecció social, com ara la prestació per desocupació, la llicència per malaltia i la cobertura per accidents de treball, una cobertura que sí que tenen els assalariats registrats. El que més preocupa en aquest àmbit són els accidents. De fet, un informe de l'OIT (2020) exposa que a l'Argentina 2 de cada 10 treballadors enquestats van patir un accident mentre desenvolupaven la seva activitat, i el 22% va ser víctima d'un robatori o un furt mentre repartia.

Aleshores, d'una banda, l'economia de plataformes genera reptes des del punt de vista regulador i desafia l'abast de les normes laborals i fiscals, però la qüestió més preocupant és que **valida l'existència i la creació de llocs de treball sense accés a condicions d'ocupació bàsiques**, com la protecció de la salut, pensions o assegurances de desocupació. I això, en països amb alts graus d'informalitat laboral, resulta encara més inquietant.

De fet, **els alts índexs d'informalitat laboral** (42% de la població econòmicament activa) incideixen en la **baixa mobilització dels qui presten serveis en l'àmbit de les plataformes digitals**. Els treballadors i treballadores són conscients que les **oportunitats al mercat laboral argentí són deficientes, i opten per preservar els seus llocs de treball, encara que tinguin condicions irregulars, perquè els permeten subsistir**.

És per això que tampoc no opten per judicialitzar la seva situació com a estratègia de lluita col·lectiva. Això explica que hi hagi tan poques sentències judicials sobre les dinàmiques laborals a l'interior de les plataformes digitals. El 31 d'agost



Imatge 3. Rider de Glovo.

Crèdit d'imatge: [Bicansky](#)

del 2021 hi va haver la primera, en la qual la Justicia Nacional del Trabajo es va pronunciar per primera vegada sobre la naturalesa jurídica de la relació existent entre un xofer de vehicle i Cabify, SA.

És per això que tampoc opten per judicialitzar la En aquest sentit, a les actuacions “Bolzán, José Luis c. Minieri Saint Beat Guillermo Mariano y otros s. Despido”, el jutjat nacional del treball núm. 21 va considerar com a laboral l'enllaç que hi havia hagut entre el xofer i l'empresa Cabify, titular de la plataforma digital que funciona

sota el mateix nom. La decisió es va donar en el marc de la causa que l'actor va iniciar contra la plataforma de transport per reclamar indemnitzacions i complements salarials després que fos acomiadat indirectament, davant de l'incorrecte registre de l'enllaç laboral que els unia. Per part seva, l'empresa va negar l'existència de relació de treball i, en canvi, va argumentar que l'única relació existent amb l'actor era d'índole contractual, en què l'actor brindava serveis a Cabify, SA, sense estar sotmès a cap tipus de subordinació ni estava obligat a complir un mínim d'hores de treball. A més, va afegir que les dues parts, in-

dependents, van obtenir profit econòmic al seu cost i benefici.

Així, la demandada diu que l'actor facturava la prestació de serveis com una activitat autònoma i independent. En aquesta línia, va esmentar la llei núm. 20.744 de contracte de treball (“LCT”), a l'article 23 de la qual exposa que es presumeix que hi ha relació laboral de treball dependent pel sol fet de prestar serveis a favor d'un altre, llevat que es demostrï el contrari, un extrem que Cabify no va aconseguir demostrar en el judici pel fet que la relació de dependència era manifesta.

Hi ha una altra sentència judicial rellevant, que si bé no es va pronunciar sobre el caràcter de l'enllaç contractual que unia els prestadors de serveis amb la plataforma, sí que es va pronunciar sobre els seus drets a la negociació col·lectiva, i va ordenar a l'empresa Rappi que posés fi immediatament a la seva “conducta antisindical” i procedís “a desbloquejar l'accés a la seva aplicació informàtica i mòbil (“Soy Rappi”)” a tres treballadors sindicats als quals l'aplicació va bloquejar per haver reclamat millors condicions laborals.

És important esmentar que a l'Argentina hi ha alguns projectes de llei que pretenen atendre aquesta situació, però que encara no han estat discutits al congrés nacional. Dos d'aquests projectes de llei van ser presentats per partits d'esquerra i exigeixen que es **reconegui la relació de dependència dels treballadors respecte a les plataformes** i se'ls inclogui a la llei de contracte de treball; i que hi hagi, per tant, una presumpció de laboralitat. Un altre suggereix que es creï un estatut específic per als treballadors de plataformes, que comptarien (si s'aprovés aquest projecte) amb certs drets mínims, només per prestar serveis a través d'una plataforma, sense tenir en compte la seva condició de treballadors dependents o per compte d'altri. Cal aclarir que el fet que els treballadors de plataformes tinguin el seu propi estatut pot propiciar conductes empresarials fraudulentas per intentar evadir les despeses relacionades amb la seva incorporació a la plantilla de la companyia. És per això que entenem que si bé cal una adaptació de la normativa laboral a les noves realitats tecnològiques, això mai no hauria d'anar en detriment dels drets conquerits pels treballadors.

El que hem exposat fins ara ens permet concloure que, malgrat que la normativa vigent a Espanya no es compleixi rigorosament, **el fet que hi hagi una llei que protegeixi els drets dels treballadors i indiqui el seu estatus jurídic ja atorga una protecció als treballadors de plataforma espanyols** que poden fer valer amb èxit als tribunals. En canvi, **la manca d'una regulació específica a l'Argentina implica que el treball al servei de plataformes es desplega a la pràctica al marge del sistema tradicional de protecció del treball humà, i deixa els treballadors argentins (i també els espanyols que queden exclosos de la llei Rider) a mercè d'estratègies evasives de les companyies, és a dir, subjectes al determinisme tecnològic i a l'autoregulació de les plataformes.**

IMPACTE DE LES ECONOMIES DE PLATAFORMA A LES DESIGUALTATES PER RAONS DE GÈNERE

Tal com s'ha exposat, les pràctiques monopolístiques de les plataformes digitals impliquen baixar al màxim possible els seus preus, cosa que les porta a eludir les regulacions laborals que representen per a elles costos elevats. Conseqüentment, redueixen els salaris dels treballadors i els considera només col·laboradors amb l'afany de no tributar les contribucions patronals que haurien d'abonar a l'Estat en concepte d'impostos, si aquests formessin part de la plantilla. També hem exposat que les plataformes digitals troben en els contextos d'alta informalitat laboral un àmbit favorable per desenvolupar el seu model de negoci, i aprofiten l'estat de vulnerabilitat dels treballadors i treballadores informals, que en determinats contex-

tos tendeixen a la passivitat pel que fa a lluites col·lectives i reivindicatives.

Utilitzant la perspectiva de gènere com a eix orientador, és possible aprofundir encara més aquesta reflexió per observar com les dinàmiques comercials d'aquestes plataformes afecten particularment les dones treballadores. Tenint en compte els testimonis de diverses treballadores argentines i espanyoles de plataformes digitals (3 repartidores, 3 cuidadores d'adults i 2 de servei domèstic), recollits en entrevistes en profunditat fetes entre maig i setembre de 2022, **és evident que en l'àmbit digital es reproduïxen les mateixes problemàtiques de gènere presents en els contextos analògics: les dificultats per conciliar la vida professional amb l'esfera laboral i les qüestions associades a la inseguret** i



Imatge 4. Juliana Iemanjara Janaina do Nascimento⁹, repartidora de diverses apps com Uber i iFood a São Paulo.

Font: Rafael Vilela / Fairwork

9. Juliana Iemanjara Janaina do Nascimento dos Santos, de 34 anys, treballa com a repartidora per a diverses apps com Uber, iFood, LalaMove, ClickEntrega i AppJusto des de 2019. Cria sola als seus dos fills amb l'ajuda de la seva mare en el barri de Vila Anglesa, en la Zona Sud de São Paulo. Per a complementar els seus ingressos, també treballa com a autònoma en bars, així com venent productes en línia i dolços en el barri. És activista del col·lectiu "Repartidores Antifeixistes". És llicenciada en relacions humanes i comptabilitat, i somia amb estudiar més per a ajudar als moviments de repartidors i també per a adquirir un habitatge propi.



Imagem 5. Juliana Iemanjara Janaina do Nascimento dos Santos, repartidora amb els seus fills a Vila Inglesa, en la Zona Sud de São Paulo.

Font: Rafael Vilela / Fairwork

els abusos per part del client, dos problemes agreujats per la manca total de proteccions socials i de responsabilitat de la plataforma.

L'autora feminista Cristina Morini (2014) explica que les dones “no només són funcionals en un mercat de treball flexible (...), sinó que condensen també, en un únic cos, la possibilitat d'assumir els rols productiu i reproductiu”.

Aquesta oposició entre producció i reproducció, tòpic clàssic en la producció teòrica feminista, sembla que ha tornat amb força i s'ha instal·lat en les discussions sobre les modalitats contemporànies de treball, entre les quals adquireix particular rellevància la feina en plataformes digitals. La conciliació entre el temps de realització de feines remunerades i feines domèstiques o de cures, i els límits borrosos entre unes i altres, es visibilitzen en el treball de plataformes: es comencen a problematitzar amb més força, però també s'aprofundeixen.

Pel que fa a això, Morini precisa que en les últimes dècades el capitalisme tendeix, en termes generals, a apropiarse amb més força encara de la polivalència, de la multiactivitat i de la qualitat del treball i del cos femení. Això es produeix a partir del bagatge experiencial (cultural) de les dones que deriva de les activitats que històricament han fet en l'esfera del treball reproductiu i domèstic, per no parlar de la tendència del mercat a transformar la “naturalesa” en mercaderia (Morini, 2014). S'afirma, especialment des de la sociologia, que en els darrers anys estem assistint a un fenomen qualificat com “feminització del treball”. Diversos investigadors ho han descrit no tant com la introducció de les dones al món laboral, amb les regles dels homes, sinó com **l'entrada dels homes a la precarietat viscuda per les dones**. Si s'analitza el fenomen des d'aquest punt de vista, és possible deduir **que el treball de plataformes representa aquesta tendència i reproduceix les vulneracions pròpies de la desigualtat de gènere al terreny digital**.

En aquest sentit, una de les primeres preguntes de les entrevistes indagava sobre les possibilitats de compatibilitzar la vida laboral i personal que ofereixen les plataformes. Quan se'ls va preguntar pel valor que tenia per a elles la flexibilitat horària que aquestes empreses ofereixen com un dels seus principals actius, totes les treballadores entrevistades es van inclinar per respondre d'una manera semblant: si poguessin triar entre la feina actual i una de regularitzada, preferirien una feina en blanc amb un salari decent i proteccions socials. Les entrevistades van explicar que, si bé ponderen positivament la flexibilitat que els atorguen les condicions de treball que imposa la plataforma, sens dubte no la canviarien per l'opunitat de tenir una contractació en nòmina, encara que això impliqués organitzar el dia laboral en horaris fixos.

Tenint en compte el cas espanyol, resulta interessant el posicionament unànim de les dones entrevistades a favor de la regularització. A les converses entre expertes que van donar lloc a publicar *El fenomen de l'uberització: de l'ex-*

tensió del model a l'organització de resistències (ODESC, 2022 a), la Nuri Soto i en Nacho Parra ja denunciaven que la mobilització que s'havia donat en contra de la llei Rider havia estat organitzada de manera indirecta per les empreses interessades en la desregularització, malgrat que els portaveus eren persones treballadores de les plataformes. Aquestes mobilitzacions van tenir una àmplia cobertura mediàtica, però que no reflecteix com veiem el posicionament de les dones treballadores entrevistades ni de la gran majoria del moviment *rider*.

Un punt a considerar és que en el cas de l'única plataforma de servei domèstic i cura d'adults que opera a l'Argentina, la flexibilitat tan esmentada té certes limitacions. Per exemple, si una treballadora accepta fer serveis domèstics o de cura d'un adult de forma mensual tres dies a la setmana, els dilluns, dimecres i divendres, ha d'esperar fins a la setmana següent a l'acceptació del lloc per poder postular-se a una feina els altres dies de la setmana, o en els horaris que tingui lliure. És a dir, la



Imagem 6. Juliana Iemanjara Janaina do Nascimento dos Santos, repartidora de 34 años en el área metropolitana de São Paulo.

Fuente: Rafael Vilela / Fairwork

flexibilitat horària no és absoluta, ja que les treballadores no poden organitzar la setmana sencera.

Una altra crítica que apareix de manera recurrent en els testimonis és la impossibilitat de qualificar els usuaris requeridors dels serveis, cosa que significa que les treballadores **no tenen la possibilitat d'analitzar un perfil del client per decidir amb tota la informació si estan disposades o no a assumir l'obligació**. D'altra banda, crida l'atenció com la valoració de l'usuari té relativament poca importància en els drets d'informació quan parlem de plataformes més masculinitzades, com les de repartiment a domicili, però sí que és recurrent pel que fa a les tasques de les *gig economy* feminitzades. Pot ser degut al fet que hi ha més interacció entre la treballadora i la persona sol·licitant del servei: en les condicions per a les treballadores, són especialment importants la proximitat física entre la treballadora i l'usuari, la durada de la feina i la ubicació, que és normalment al domicili del client o clienta.

A més, la plataforma no exigeix claredat en les feines que s'han de fer, per la qual cosa moltes vegades es postulen per a feines per a les quals no calen les tasques específiques que són requerides, cosa que pot implicar conductes abusives per part dels contractants. És l'exemple de la Patricia, que després d'haver-se postulat per a la feina de "cuidadora d'una adulta major de 70 anys amb mobilitat pròpia", quan va arribar al domicili li van comunicar que a més havia d'anar a comprar al supermercat, preparar el menjar i anar a buscar a l'escola els nens i nenes de la família.

Davant de situacions com les descrites, la plataforma no facilita cap mitjà per denunciar el fet o per rebutjar la feina sense conseqüències negatives per a les treballadores, si és que s'assabenten de les especificitats del treball en el primer contacte. De fet, en el cas que les treballadores decideixin fer-se enrere d'una feina per la qual s'havien postulat (sense tenir en compte el motiu), després de la primera comunicació amb el requeridor del servei, això implica una mala qualificació i fins i tot la possibilitat que siguin donades de baixa de la plataforma (imatge núm. 8). Cal aclarir que, en ser desconnectades i després de sol·licitar la reconexió, perden les seves qualificacions, cosa que incideix negativament en la possibilitat de trobar noves feines.

La vulnerabilitat de les treballadores de plataformes és encara pitjor als països amb alta informalitat laboral com a l'Argentina, ja que el context macroeconòmic desfavorable en què es desenvolupen fan que s'hagin d'enfrontar a la disjuntiva d'escollir entre un treball formal (en el cas que efectivament n'aconsegueixin un), amb les respectives prestacions i beneficis socials i previsionals, i un treball que podria estar més ben remunerat si treballessin més de vuit hores al dia, però completament en negre. Sobre això, l'Alejandra, que és treballadora argentina del servei domèstic a Zolvers, ens comenta el següent:

"El que passa és que les primeres vegades que jo vaig treballar en blanc, l'AFIP [Administración Federal de Ingresos Públicos] de cases particulars et marca un import; suposem que ara l'hora de cases particulars és \$370 o gairebé \$400, i a Zolvers veig que els imports estan 20 pesos per sobre del valor de l'AFIP".

També és cert que les plataformes de serveis domèstics i de cures (treballs històricament feminitzats), per la naturalesa pròpia de l'activitat, permeten més grau d'autonomia a les treballadores que aquelles plataformes on predomina el treball masculí, com és el cas del repartiment a domicili. De fet, diverses treballadores esmenten que, després de la primera trobada entre client i treballadora, pactada mitjançant la plataforma, i tenint en compte que la plataforma ofereix serveis a preus molt baixos, la majoria decideix gestionar directament amb el client el cobrament d'una segona visita. Dit d'una altra manera, una vegada que la treballadora connecta amb un client a través de la plataforma, si el client queda satisfet amb el servei, la següent trobada prefereixen pactar-la directament ells i excloure'n el mediador original, de manera que la treballadora tingui la llibertat de cobrar la seva hora de feina al preu que ella i el client considerin més convenient.

Els testimonis de les dones que treballen en l'àmbit del repartiment de menjar a domicili, activitat típicament masculinitzada, relaten la por i la inseguretat que senten quan van pels carrers, sobretot en horaris poc concorreguts.

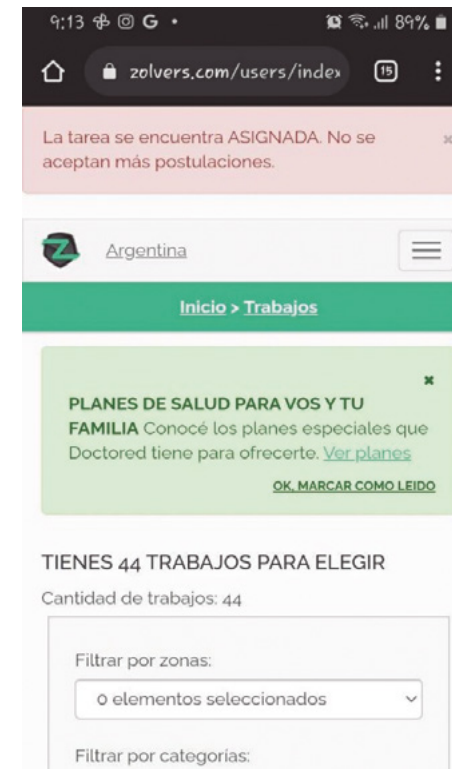


Imagen 7. Missatge al perfil d'una treballadora de la plataforma Zolvers en què s'indica que si té assignada una feina els dilluns, dimecres i divendres, ha d'esperar fins a la setmana següent a l'acceptació de la feina per poder postular-se a una altra feina els altres dies de la setmana, o en els horaris que tingui lliure. És a dir, la flexibilitat horària no és absoluta, ja que les treballadores no poden organitzar la setmana sencera.

"Parlant amb les meves companyes i companys ens vam adonar que sembla que el sistema de puntuació de les plataformes tendeix a premiar els qui treballen de manera més intensiva i en horaris més rendibles les nits i els caps de setmana. Això em sembla injust perquè a la nit jo no puc deixar les criatures soles, i la veritat és que prefereixo no sortir perquè em fa una mica de por. I després resulta que en els millors horaris tinc menys encàrrecs per fer que els meus companys homes que reparteixen a les nits i tenen menys obligacions a casa." (Cristina, repartidora argentina).

El testimoni evidencia les conseqüències negatives que per a moltes dones té intentar compa-

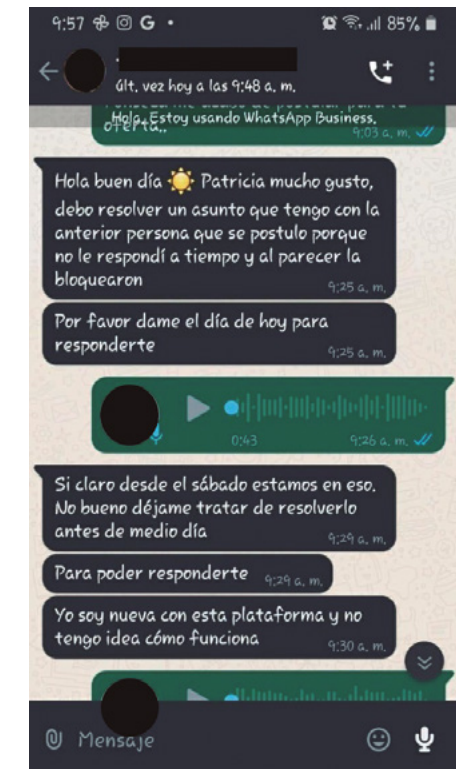


Imagen 8. Conversa per whatsapp entre una treballadora del servei domèstic i un client, en què aquesta última reconeix el fet de no confirmar a temps una feina per a la qual es va postular va provocar que li bloquejessin el compte.

tibilitzar l'activitat laboral amb la cura familiar, i intentar prevenir situacions d'inseguretat al carrer. Aquesta diferència d'homes i dones es relaciona amb desigualtats de gènere preexistents que són reforçades per la gestió algorísmica del procés de trobar feina

COOPERATIVES DE PLATAFORMA: REPTES, POLÍTIQUES DE SUPORT I FUTURS HORITZONS

A la relatoria que es va publicar el 2021, des de l'Observatori DESC (ODESC, 2022 a), parlem amb la Nuri Soto, membre de la cooperativa i treballadora de Mensakas. Parlem, juntament amb altres expertes en la matèria, sobre la necessitat de construir resistències que passin pel suport a l'economia social i solidària mitjançant cooperatives com les que hem comentat.

A través d'aquestes maneres de proposar el treball de distribució de productes mitjançant plataformes, el que s'intenta és rebatre les estratègies empresarials de les principals cadenes d'*uberització*¹⁰, principalment la desorganització de treballadors i el fals autònom com a idea de llibertat laboral. Tot i això, és innegable que l'economia social i solidària necessita una sèrie de recursos per ser un competidor de la *uberització* i consolidar-se com una alternativa real dins de les plataformes.

És curiós que, dins de les *startups*, les economies de plataforma dedicades al repartiment a domicili es consideren empreses d'inversió inicial relativament baixa, atès que la complexitat tecnològica no és alta. La idea darrere d'aquesta categorització és que no cal una gran quantitat de capital per a inversió tecnològica per posar-les a punt inicialment, sinó que la major part de la inversió es dirigeix a màrqueting, tal com s'esmentava al principi sobre les plataformes austeres. Només cal una *app* on el consumidor pugui establir contacte amb les entitats productores i la persona repartidora, un exèrcit de repartidors (si és en modalitat d'autònoms, més baix és el cost i ells mateixos aporten els mitjans de transport) i una inversió inicial en publicitat per arribar a potencials clients.

Però aquesta idea descarta que la inversió inicial per desenvolupar l'eina digital sigui alta. Segurament, quan es tracta d'una economia de plataforma tradicional, ja s'hauran creat economies

d'escala on no costa tant capital relatiu crear l'aplicació en si, la interfície, el *dashboard*¹¹, triar el servidor d'extracció i emmagatzematge de dades, desenvolupar un sistema d'atenció al client... Perquè ja hi haurà un coneixement previ de projectes anteriors de prova i assaig, o perquè les mateixes persones impulsores ja tindran coneixement avançat en programació.

És precisament la inversió de capital necessària per desenvolupar eines digitals pròpies el que es reclama des de les cooperatives de plataforma. Al sector del repartiment a domicili, les eines de localització i generadores de ruta són el nucli del funcionament de les cooperatives. A més, són recursos privats: les empreses de plataforma no cooperatives utilitzen cada una el seu propi programari, desenvolupat a través de dades recollides en ús tancat, per la qual cosa les iniciatives de l'economia social i solidària no hi poden accedir.

Els ajuts públics orientats a la digitalització de l'economia solidària segueixen sense estar enfocats al fet que l'eina digital és la principal eina de treball. A les disputes que hem vist sobre els drets laborals i els falsos autònoms dins de les plataformes, el conflicte central és qui és el propietari de l'eina principal. I aquesta no és la feina, ni són els mitjans de transport (bicicletes, motocicletes, etc.), sinó la mateixa aplicació.

Com que no opten per un model de capitalització intensiva, les cooperatives de plataforma no tenen el mateix accés a liquiditat que els projectes unicorn, per la qual cosa el mateix model de cooperativa condiona la possibilitat d'oferir un servei equiparable al que ja s'ofereix, però sense incórrer en vulneracions de drets laborals o pràctiques abusives o opaques.

Això és el que va en contra de les iniciatives alternatives a les grans plataformes o el que suposa un gran repte perquè sobrevisquin: la inversió inicial necessària per als mitjans digitals. En el cas de Mensakas, com ens explica la Nuri Soto

10. Terme utilitzat per descriure un model econòmic que encarna tendències recents i que suposa degradar les condicions de treball, socials, de vida i condicions de consum, de gent que s'ocupa o consumeix a través d'aquest tipus de plataformes (ODESC, 2022 a).

11. Anglèsisme que fa referència a una eina de gestió de la informació que monitora, analitza i mostra de manera visual els indicadors clau d'exercici (KPI), mètriques i dades fonamentals per fer un seguiment de l'estat d'una empresa, un departament, una campanya o un procés específic.

en una entrevista¹², es van unir a la federació internacional de cooperatives Coopcycle i van començar a fer servir la seva aplicació per no duplicar esforços. Ara són més de 80 cooperatives a tot el món dins de la federació que ajunten forces per desenvolupar juntes les eines necessàries.

Hi ha voluntat d'utilitzar i desenvolupar eines alternatives, d'autogestió, però **cal insistir en la inversió en aquest tipus d'eines des de l'economia social i solidària, perquè les cooperatives de plataformes puguin consolidar-se com a alternativa a les plataformes tradicionals.**

Iniciatives com el Matchimpulsa, que promocio-na la Universitat Oberta de Catalunya, l'Ajuntament de Barcelona i Barcelona Activa, pretenen impulsar, des d'una visió transversal feminista, la digitalització de l'economia social i solidària. També hi ha programes com Impulsem el que fas, de Barcelona Activa, que se centren en projectes que impulsen les economies de barri i proximitat, o el programa Singulars, del Servei Públic d'Ocupació de Catalunya (SOC), el Ministeri de Treball, Migracions i Seguretat Social espanyol i el Fons Social Europeu, en el marc de la Iniciativa d'Ocupació Juvenil. Aquests projectes tenen com a objectiu generar ocupació mitjançant la creació de nous projectes empresarials, noves línies de negoci, noves empreses i nous mercats en el marc de l'economia social i cooperativa.

Les **dades també són un actiu**. El debat de l'ús de les dades és incipient a les economies de plataforma, tot i que són la matèria primera per a les plataformes tradicionals. A partir de les dades s'automatitzen processos, es creen algorismes i es detecta quines noves "necessitats" es poden generar, per això són el centre de la constant evolució d'aquestes empreses. Tot i això, cal que des de les economies alternatives es plantegi quin ús s'ha de donar a les dades que es podrien recollir, i com s'ha de fer, per consolidar-se com a alternativa a les plataformes tradicionals. No es pot obviar que l'automatització de processos a través de plataformes comporta el risc de discriminacions, com hem detectat a l'apartat anterior

respecte a les dones que operen a les plataformes de *delivery*.

Les mateixes cooperatives de plataforma estan reflexionant sobre quin és el client al qual es volen dirigir. Les necessitats generades per les economies de plataforma han instaurat un consum a domicili a una altíssima velocitat i a un preu molt baix, i **canviar aquests hàbits de consum no és fàcil ni responsabilitat única de les iniciatives que es presentin com a alternativa**. Quan el cost és més alt que el preu que veiem al rebut (Ribera, 2022), cal una combinació d'iniciatives privades com Mensakas, públiques de suport a les alternatives i sensibilitzar sobre els efectes de la compra en plataformes o digitalment.

Pel que fa a la compra a través de distribuïdores en línia, **algunes dades indiquen que aquesta sensibilització ja existeix**, i sobretot a l'Estat espanyol. Resultats d'enquestes mostren que a la UE-27, quan es pregunta quin és el motiu principal per comprar en línia o a través d'una *app*, el primer motiu és que prefereixen la compra en persona perquè prefereixen veure el producte, per motius de lleialtat al comerç o per hàbit, i és el 17,4% dels enquestats els qui responen aquest motiu (Eurostat, 2022 a). **A l'Estat espanyol, el 32,11% dels consumidors respon que no compra per internet o per app perquè prefereix fer-ho en persona**: veiem així que hi ha més sensibilització sobre la importància de la presencialitat, almenys comparativament.

Un dels reptes de les cooperatives de plataforma és l'estabilització dels ingressos alhora que es mantenen unes condicions de treball dignes. No en va, la sostenibilitat econòmica dels models de lliurament a domicili de les unicorns es posa en greu dubte si s'internalitzen els treballadors i les treballadores en plantilla, com ja hem explicat en aquest informe que es mostra a l'estudi "Economic profitability of last-mile food delivery services: Lessons from Barcelona" (Alvarez-Palau *et al.*, 2022). Per tant, **cal reconceptualitzar com poden i han d'operar les cooperatives de plataforma**.

Una altra possibilitat per a l'enfortiment de les cooperatives de plataforma és afavorir que

aquestes iniciatives obtinguin més facilitats per participar en processos de licitació pública, i que així puguin tenir l'estabilitat necessària per consolidar una plantilla de *riders* assalariats, alhora que dediquen recursos per desenvolupar les pròpies eines digitals.

Com hem analitzat des de l'ODESC anteriorment (ODESC, 2022 c), la condició d'empresa de l'economia social i solidària o sense ànim de lucre es pot fer servir com un criteri de valoració a les licitacions, i hem detectat que s'ha fet servir com a criteri d'afavoriment en cas d'empat tècnic. S'estableix de fet a l'art. 1 de la llei de contractació del sector públic, on es marca que un dels objectius de la contractació de les administracions és "facilitar l'accés a la contractació pública de les petites i mitjanes empreses, així com empreses d'economia social".

L'actual llei de contractes públics, transposant les directives europees del ram, ha establert una eina important per al suport a l'economia social: la **reserva de contractes** (REAS, 2019). Aquest instrument permet limitar la concurrència d'empreses a les licitacions públiques, i permet que presentin ofertes només les empreses de l'economia social. La llei desenvolupa dos tipus de reserva: una referent a centres especials d'ocupació d'iniciativa social i empreses d'inserció que es pot aplicar a qualsevol tipus de contracte, i una altra a altres entitats de l'economia social, limitada a alguns tipus de contracte; les cooperatives, societats laborals, fundacions i associacions compleixen els requisits establerts a la llei per concórrer a aquestes licitacions¹³. Els serveis postals de correus, de paquets i de lliurament de menjar a domicili estan inclosos en els tipus de servei als quals es poden fer reserves de contracte per a aquest tipus d'empreses de l'economia social i solidària.

També cal insistir en la introducció de clàusules socials i ambientals, inclusió que és obligatòria des de la reforma de la llei de contractes del sector públic. Les empreses de l'economia social i solidària tenen, en general, al seu ADN uns principis que es corresponen amb criteris ètics, socials i ambientals i que es poden incloure als

plecs de contractació pública sota aquest tipus de criteris.

Tot i així, mentre s'aplica la reserva de contractes o s'amplien els criteris socials i ambientals a la contractació, també es pot facilitar la participació de les cooperatives de plataforma en el disseny de les licitacions. La Nuri Soto assenyala que, des de Mensakas, s'han trobat que en licitacions de missatgeria cal tenir vehicles de tracció motor com motocicletes o furgonetes en serveis que podrien fer-se de formes més sostenibles, com la bicicleta. Atès que moltes economies de plataforma només opten per aquest tipus de mobilitat, es podria plantejar repensar la necessitat d'introduir vehicles de motor com a condició obligatòria per licitar; així s'impulsaria la participació de les ESS i s'apostaria per una mobilitat més sostenible.

12. Realizada en diciembre de 2022

13 Disposició addicional quaranta-vuitena de la llei de contractació del sector públic, on es reserva el dret a participar en procediments de licitació de serveis sota determinats codis CPV.

IMPACTE AMBIENTAL DE LES ECONOMIES DIGITALS: ANÀLISI DEL TRANSPORT DELS MERCATS EN LÍNIA DESPRÉS DE LA PANDÈMIA DE LA COVID-19

La crisi sanitària de la COVID-19 i les seves restriccions de mobilitat han accelerat l'expansió del comerç per internet cap a noves empreses, sectors, béns i serveis. Aquests canvis sembla que han arribat per a quedar-se i tindran implicacions a llarg termini sobre les transaccions de comerç en línia, que passen de ser usades majoritàriament en intercanvis de luxe (o de béns que no són, per si, de primera necessitat) a usar-se de manera quotidiana en les llars de la ciutadania general.

El consum a través de plataformes digitals comporta grans impactes ambientals. Encara que aquests impactes moltes vegades no entenen de fronteres (per exemple, la contaminació at-

mosfèrica, o les emissions de Gasos amb Efecte d'Hivernacle -GEH-, etc.) és cert que podem atribuir determinats impactes a uns certs grups de països a causa del rol que aquests juguen en l'entramat de les plataformes de comerç digital. El Nord Global, per exemple, sol tenir el rol de consum de béns i serveis, mentre que els països del Sud Global tenen rols més habituals de manufactura o proveïment de matèries primeres.

Encara que l'àmbit d'anàlisi d'aquest informe se centra principalment en la comparativa entre el cas argentí i el de l'Estat espanyol, l'anàlisi d'impacte ambiental es realitza des de la visió de quin és l'impacte del consum del Nord Global al Sud.

El consum digital augmenta a tot el món, durant i després de la pandèmia

Mentre que les vendes presencials baixaven durant les quarantenes per la COVID-19, les compres en línia agafaven el relleu. Dins del continent europeu, les regions que han tingut major creixement de les compravendes en línia han estat Europa de l'Est, Europa Central i Europa del Sud, en aquest ordre. Els principals països destacats on ha crescut aquest tipus de comerç en els últims mesos han estat Moldàvia, Rússia, Macedònia del Nord i Hongria i els països amb ja altes proporcions de comerç en línia serien Dinamarca, el Regne Unit, Finlàndia i Irlanda (The Paypers BV, 2021).

A la **Unió Europea** (UE 27), per exemple, les vendes totals de béns minoristes, en línia i presencialment, es van reduir en data d'abril de 2020 un 17,9% en comparació amb abril de 2019. Al-

hora, si mirem només la compra de béns a través de comandes per internet, havien augmentat en el mateix termini un 30% (OECD, 2020). **Veiem, per tant, com el comerç en línia va guanyar terreny al presencial durant els mesos de confinament degut a la COVID-19.**

El perfil europeu de la persona compradora digital tindria, segons els seus estudis, entre 25 i 34 anys majoritàriament, un alt nivell educatiu i un lloc de treball. Crida l'atenció, no obstant això, l'alta participació en compres digitals per part de les ciutadanes i ciutadans que es defineixen com a "estudiants", sent aquest el segon grup laboral amb més compres en línia.

Les persones que menys consumeixen en línia serien les persones d'entre 65 i 74 anys (sembla que, a partir del pic dels 25-34 anys, cada grup

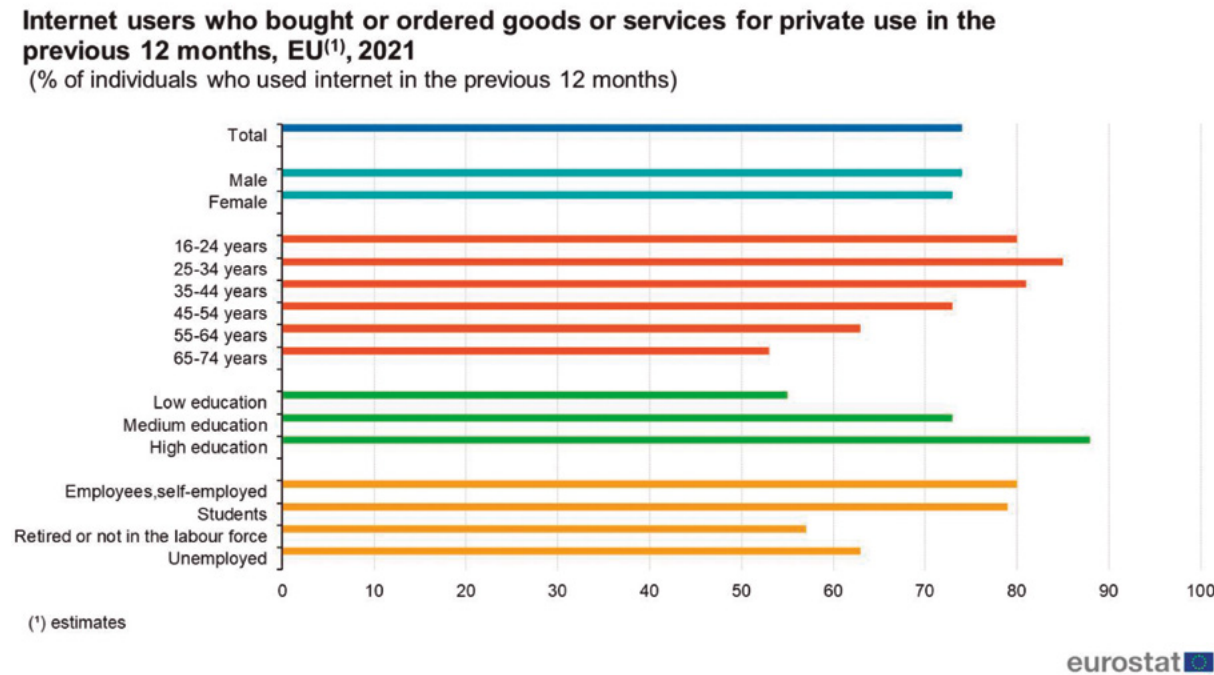


Figura 11. Usuaris d'internet que van comprar o van ordenar la compra de béns i serveis per a ús privat en els 12 mesos anteriors, UE (estimacions), 2021. Desgranat per gènere, edat, educació formal i estatus laboral.
Font: Eurostat (2022 a), codi de dades en línia: isoc_ec_ib20

d'edat consumeix respectivament menys que l'anterior), amb un baix nivell educatiu reglat, i estaria retirat o no pertanyeria al grup de «ciutadania activa».

En l'Estat espanyol, la proporció de persones que compren per internet continua augmentant fins i tot passada la pandèmia: el 2020, van ser el 53,8% d'usuaris d'internet que van fer compres en línia, i el 2022, el 55,26% (Eurostat, 2022 c).

De fet, es considera probable que el canvi del model del comerç «presencial» cap al format en línia tingui implicacions a llarg termini en la majoria dels països del Nord Global, especialment als Estats Units, a Canadà, Mèxic i a la regió Àsia-Pacífic a part de la ja comentada Europa. Als Estats Units, per exemple, la proporció del comerç en línia dins del comerç minorista general va augmentar del 9,6% al 11,8% entre 2018 i inicis de 2020, i va fer un gran creixement fins a posicionar-se al 16,1% durant 2020. Un altre exemple és la Xina, que va augmentar la propor-

ció del 19,4% que registrava l'agost de 2019 fins al 24,6% l'agost de 2020 (OECD, 2020).

Un altre indicador del creixement del comerç digital és l'augment del nombre de cerques dels navegadors (de Google, en aquest cas) del terme "lliurament a domicili" (*delivery*), que es van duplicar en alguns països durant l'època de la COVID-19 i, fins i tot, abans que s'apliquessin mesures reals de confinament (OECD, 2020).

El consum digital de productes estrangers

És important analitzar com ha canviat l'origen dels productes que es compren. Les compres en línia es poden realitzar a empreses estatals sobre productes produïts localment, o a empreses estrangeres o sobre productes produïts a l'estranger. Segons les dades disponibles, es considera que una compra és estrangera quan l'empresa que duu a terme la venda és de fora de l'Estat de la persona consumidora (Eurostat, 2022).

L'informe "Cross-Border Commerce Europe, 2021" ens torna a confirmar un augment del pes relatiu de les compres en línia a l'estranger, guanyant terreny en les compres nacionals, només fins a 2021, però que, segons enquestes de l'Eurostat (2022 b), han caigut durant 2022.

Així, el pes relatiu de les compres en línia estrangeres ha pujat de forma sostinguda en els últims tres anys: en 2019 tenia un pes del

23,55% i en 2021 va aconseguir el 26,8%. El volum total de les compres en línia a l'estranger en països de la UE ha augmentat dels 108,75 bilions d'euros en 2019 als 171,2 en 2021. No tenim encara dades de 2022 d'aquest pes relatiu de les compres estrangeres, on les enquestes a persones usuàries de l'Eurostat (2022 b) mostrarien aquesta primera caiguda de consum a l'estranger.

També a la Unió Europea, segons les enquestes de l'Eurostat, **d'entre totes les compres en línia de 2020 realitzades sense intermediaris** (executades directament per la persona consumidora en el negoci o empresa productora, model conegut com a B2C, per les seves sigles en anglès «Business to Consumer») el 21,22% de las persones consumidores van realitzar compres transfrontereres. Per l'any 2021, aquestes

Peso de las compras extranjeras en el comercio digital en la UE y en el Estado español

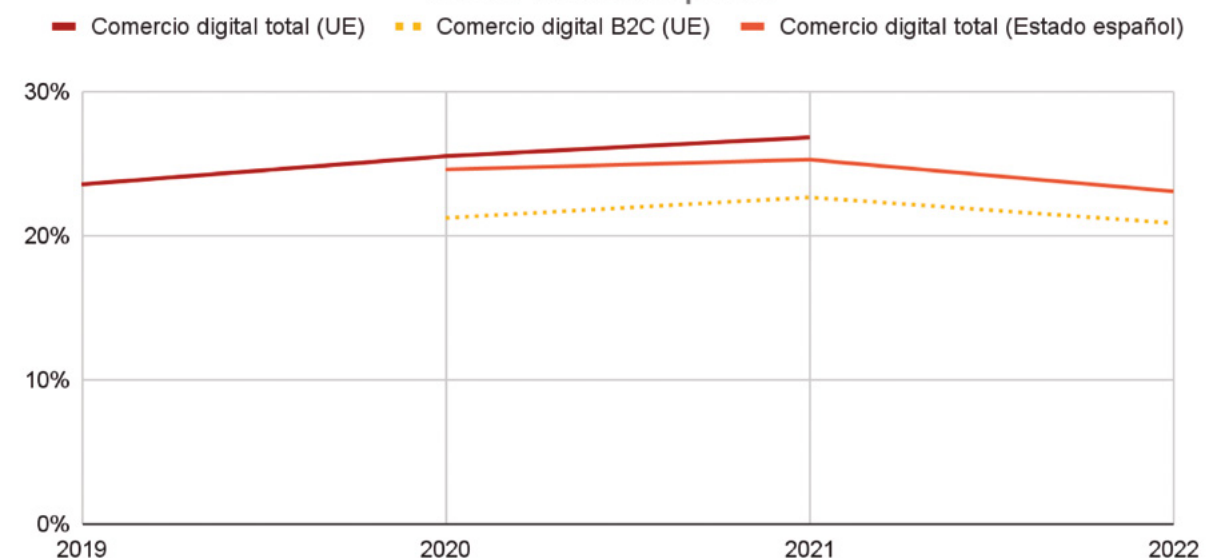


Figura 12. Pes de les compres estrangeres en el comerç digital a la UE i en l'Estat espanyol.
Elaboració pròpia. Font: Eurostat,

compres van augmentar fins al 22,65%, però per a l'any 2022 van decaure fins al 20,86%.

A l'Estat espanyol, l'evolució en els últims tres anys és la mateixa que en el cas europeu: per a l'any 2020, el 24,58% de les persones consumidores havien fet compres a operadors estrangers, número que va decaure fins al 25,26% i el 23,06% per als anys 2021 i 2022 respectivament (Eurostat, 2022b). La major part de les vegades que es va comprar de l'estranger des

d'Espanya va ser a la Xina, amb un 54% del total de les compres estrangeres (International Post Corporation, 2022) a través de l'empresa Aliexpress i altres plataformes de compra en línia com Amazon (The Paypers BV, 2021).

Veiem, per tant, com el pes de les compres estrangeres dins de la compra en línia augmenta tant a Espanya com a la UE fins a 2021, i disminueix lleugerament l'any 2022.

El consum digital específic de l'Estat espanyol i Catalunya

A Catalunya i l'Estat espanyol també han augmentat les compres en línia. Específicament, en l'Estat espanyol, el 19,95% de les vendes totals efectuades per part d'empreses de més de 10 treballadors durant 2021 es van realitzar a través d'internet, una xifra que ha anat augmentant progressivament en els últims anys (INE, 2022). Aquestes compres poden haver estat efectuades tant per les mateixes persones consumidores (B2C) com per part d'altres empreses.

Un total de 22,5 milions de ciutadans i ciutadanes espanyoles van comprar en línia durant 2020, i 24,7 milions de ciutadans i ciutadanes espanyoles ho van fer durant l'any 2022. La majoria d'aquestes persones pertanyien a les edats d'entre 35 i 44 anys, sent la generació Z (16-23 anys actualment) el sector d'edats menys implicat en aquesta mena d'adquisicions (IAB Spain, 2020; 2022).

La freqüència de compra és d'unes 3,5 vegades al mes, amb un cost mitjà de 68 euros per transacció (E-Xou Magazine, 2021). Durant els tres primers mesos de confinament causat per les restriccions de la COVID, la mitjana de compres

en línia per persona va augmentar fins a 7,4 vegades al mes, amb un cost mitjà de 96 euros per compra (IAB Spain, 2020).

En referència a allò que es compra, en el següent gràfic es pot apreciar el percentatge de consum en línia general de diferents productes en l'àmbit espanyol (Observatori CETELEM, 2021). Podem veure que les compres en línia formen part principal de les transaccions dirigides a adquirir moda (amb un 72% de participació digital respecte a les compres totals per a aquest sector i un 68% de participació en línia per la compra específica de calçat i complementos); oci (amb un 71% de participació digital); salut i bellesa (amb un 60% de participació digital); dispositius mòbils (amb un 59% de participació digital); viatges (amb un 58% de participació digital); i alimentació (amb un 57% de participació digital); entre d'altres.

Respecte de les pàgines web (o aplicacions mòbils) on es compren aquests productes, les persones consumidores no sols consumeixen en "botigues en línia" (per exemple, Carrefour en línia), sinó que cada vegada compren més en

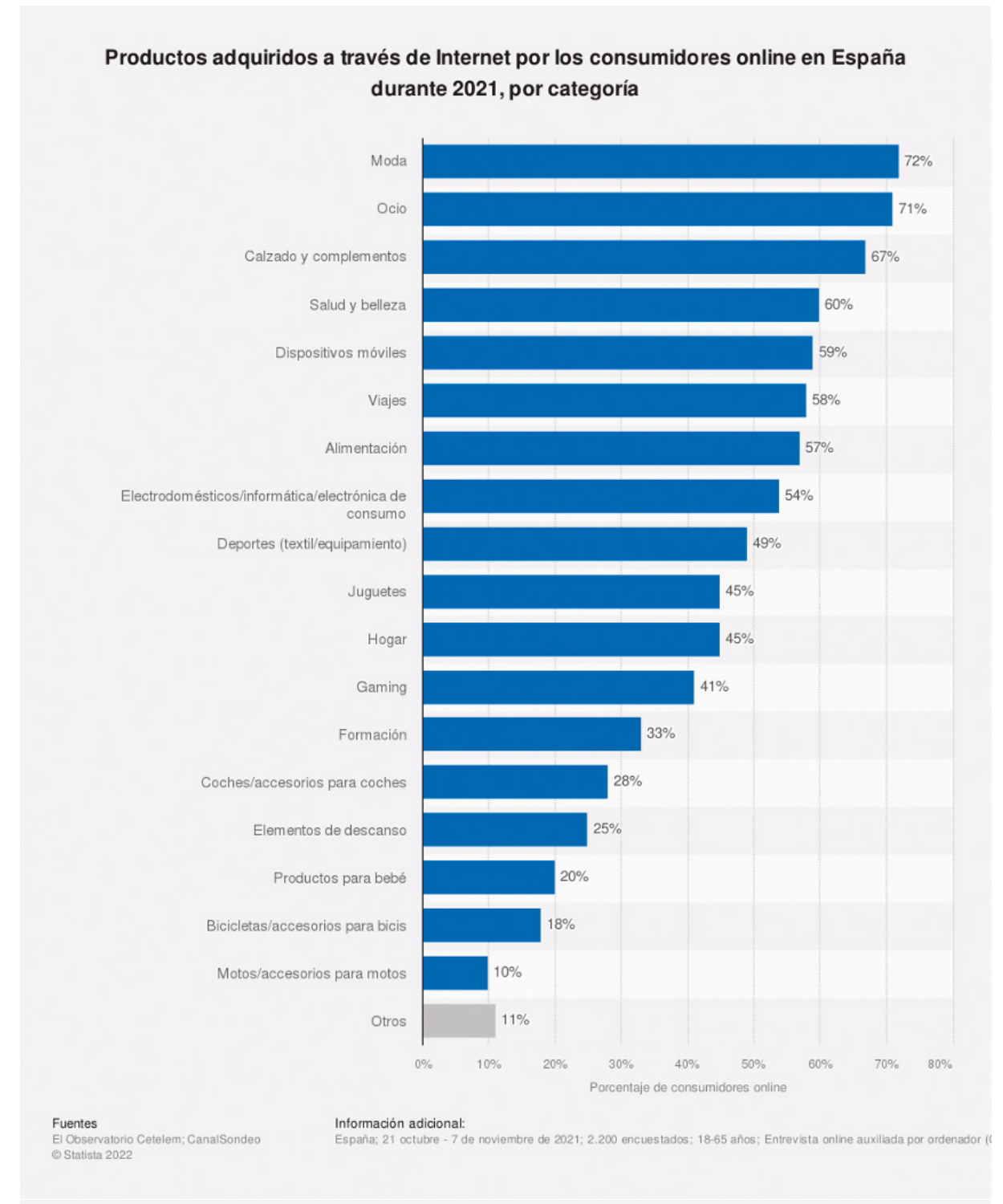


Figura 13. Productes adquirits a través d'Internet pels consumidors en línia a Espanya durant 2021 per categoria.

Font: Statista i Observatorio Cetelem

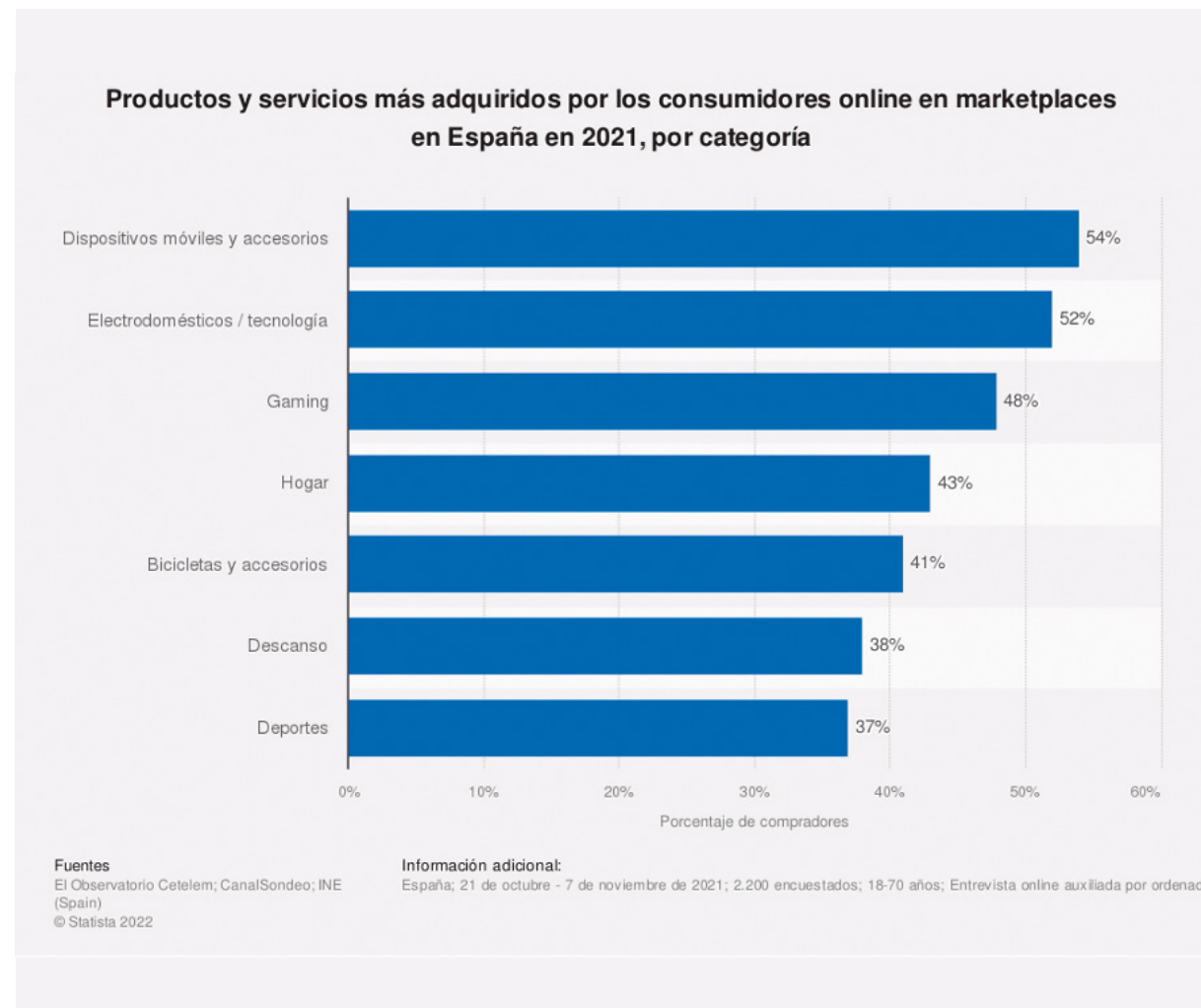


Figura 14. Productes i serveis adquirits pels consumidors en línia a marketplaces a Espanya en 2021, per categoria.

Font: Statista i Observatorio CETELEM

espais de "mercats en línia"¹⁴, espais digitals on es poden trobar productes en venda de diferents marques i empreses (com Amazon Marketplace o Ebay)¹⁵. Així, els mercats en línia funcionen com un supermercat, on la persona consumidora tria entre les ofertes i adquireix productes, pagant-los directament al mercat en línia triat, que després repartirà el guany entre la plataforma i l'empresa productora. A Espanya, els productes més consumits en mercats en línia són els que es

presenten a la figura 14 (Observatori CETELEM, 2021).

Cal recordar que, en aquest estudi, estem analitzant en paral·lel les economies de plataforma i les empreses que comercialitzen productes minoristes a través d'internet. Respecte a aquests últims a Espanya, els «mercats/distribuïdors en línia» (amb diverses empreses venedores) i les «tendeixi en línia» (amb una sola empresa venedora) més usats per la ciutadania són els següents:



Amazon és una empresa dels Estats Units, propietat de Jeff Bezos, el grup "Vanguard Group" (una empresa d'assessorament financer estatunidenc, propietat de BlackRock) i la mateixa empresa BlackRock. Aquests dos fons d'inversions són curiosament propietaris del 8% de les accions de l'IBEX35 (Domínguez *et al.*, 2023) i d'altres empreses analitzades en aquest estudi, com Uber (Cerullo, 2019). Té dues modalitats: funciona com un mercat en línia i a la vegada ven productes propis, així que també opera com una botiga en línia. Fa més de deu anys que opera a Espanya i és una de les empreses pioneres en comerç en línia del territori.



Aliexpress és una empresa de comerç en línia especialitzada en comerç B2B tipus mercat. És propietat del grup empresarial "Alibaba Group" (la Xina), es va fundar en 2010 i ven principalment a Àsia, encara que està disponible a Europa.



El Corte Inglés és una empresa "familiar" fundada el 1940 amb seu a Espanya que ven de manera presencial i per internet, funcionant com a grans magatzems de diferents marques. Actualment, és una de les majors empreses de l'Estat espanyol.



eBay és una empresa que es dedica al comerç i la subhasta en línia. És propietat de Pierre Omidyar, el grup Vanguard Group i l'empresa BlackRock (aquests dos últims són també propietaris d'Amazon). Va ser fundada durant la dècada dels 90. Actualment ven a més de 30 països.



Carrefour és una empresa multinacional de distribució de béns d'origen francès, especialment de menjar i productes de la llar, tant de la mateixa marca com de marques externes. Es va fundar en la dècada dels anys 50 i es considera una de les empreses més influents a nivell mundial. Ven al mercat europeu, asiàtic, africà i llatinoamericà.



Media Markt és una empresa amb venda presencial i digital alemanya dedicada a la venda d'electrònica. Pertany al "MediaMarktSaturn Retail Group", que, al seu torn, és filial del grup alemany Ceconomy..

14 Marketplaces, en anglès

15 En aquest estudi, s'utilitzen indistintament els termes mercat i distribuïdora en línia per a referir-nos a aquests espais digitals.

Impacte social i ambiental del consum digital

Existeixen diverses implicacions negatives de caràcter ambiental i social associades a l'augment de les compres en línia. Aquests impactes procedeixen principalment de la **fabricació dels béns en països estrangers, de fora de la Unió Europea, amb lleis de protecció ambiental més lleugeres que les europees.**

Com s'ha dit anteriorment, les compres digitals d'Espanya es dirigeixen principalment a productes produïts a la Xina. Que les compres de producte estranger hagin augmentat tant respecte al producte nacional o de proximitat, té diverses implicacions negatives.

En l'àmbit social, una de les implicacions de la compra estrangera seria la dificultat en el control i responsabilització per les vulneracions de drets humans i ambientals que es produeixen als seus països d'origen. Un dels exemples d'empreses en línia de productes tèxtils que han crescut és Shein, que ha estat acusada de vulnerar diversos drets laborals i humans en diverses fàbriques localitzades en la mateixa Xina. Davant aquesta mena de vulneracions, han sorgit propostes reguladores dels impactes d'empreses transnacionals, com el **Centre Català d'Empresa i Drets Humans, el Tractat Vinculant de Nacions Unides**, o les propostes europees i espanyoles de regulació en Diligència Deguda (Morellà, 2023). Sense entrar en la seva anàlisi, podem dir que aquests marcs normatius representen avanços per establir normes d'obligat compliment en empresa i drets humans. Aquests processos han sorgit davant la insuficiència de les normatives de *soft law* per a posar fre a les vulneracions de drets humans per part d'empreses, per la qual cosa és **imperativa la seva aprovació.**

És particularment important la creació del Centre Català, procés regulador que es troba a les seves passes finals. L'aprovació de la Llei de creació del Centre —que va ser acceptada a tràmit per la totalitat del ple del Parlament— situarà a Catalunya com a pionera en matèria de regulació en l'àmbit d'Empresa i Drets Humans, en línia amb

els esforços que s'estan impulsant per al Tractat Vinculant de l'ONU.

En l'àmbit ambiental, una de les implicacions negatives del comerç digital estranger seria l'augment de les emissions que comporta el transport de productes, especialment si venen de països com la Xina. Encara que la Unió Europea apliqui normes i legislació domèstica relativa a la protecció del medi ambient i a les baixes emissions dels seus sectors econòmics, mentre la seva població compri productes externs en la mesura actual, es continua produint el que es coneix internacionalment com **"carbon leakage"**, és a dir, una "fuga de carboni" (referint-se a l'emissió de GEH produïdes fora del territori, però causades per fabricar productes que es consumeixen dins del territori).

Cal tenir en compte que moltes d'aquestes emissions es produeixen també en els **desplaçaments de llarga distància** des dels països productors dels productes a les cases de les persones compradores. Aquests desplaçaments se solen realitzar amb avió o en vaixells. **Aquestes emissions serien les mateixes tant en un consum digital com en un consum presencial tradicional, mentre que el producte s'hagi manufacturat fora del país.**

En l'àmbit dels impactes ambientals produïts pel desplaçament, podríem diferenciar el consum presencial del digital pels últims quilòmetres recorreguts pel producte des de la botiga física/magatzem fins a les llars. En aquest estudi, hem volgut posar el focus en les emissions de GEH i contaminants locals d'aquestes empreses internacionals. En particular, el tram en el qual qualsevol comerç digital podria augmentar més les seves emissions respecte al comerç tradicional presencial: en el transport des del centre de distribució fins al domicili de les persones consumidores. Trajecte també conegut com a "última milla". Ho estudiem en el pròxim apartat dedicat a les compres a través de l'empresa Amazon.

El cas d'Amazon

Amazon va arribar, el passat 2020, a triplicar les vendes del seu màxim competidor, Aliexpress (Romera, 2020). Es posiciona així com la màxima expressió de la venda en línia en l'Estat espanyol, i l'empresa de major rellevància nacional en aquest àmbit.

I és que Amazon no sols és una empresa líder al país ibèric, on fa més de deu anys que està instal·lada, sinó que també ho és a escala internacional, col·locant-se en el primer lloc mundial (E-Xou Magazine, 2021) com a empresa minorista segons els ingressos. Amazon va tenir per a 2021 uns ingressos bruts anuals de 469.822 milions de dòlars i uns ingressos nets de 197.478 milions de dòlars (Investing.es, 2021).

A l'Estat espanyol, concretament, va registrar el 2021 uns ingressos bruts de 6.000 milions d'euros

i, a més, va elevar les inversions un 48% en el mateix any (Gutiérrez, 2022).

L'empresa líder ha invertit quantitats molt grans en infraestructura local i havia generat diversos llocs de treball estables en la ciutadania espanyola i catalana, encara que a principis de 2023 l'empresa ha anunciat acomiadaments per a 18.000 persones en plantilla a tot el món (Casaponsa, 2023) i preveu el trasllat o acomiadament de les 800 treballadores de Martorelles (Menses, 2023). El juliol de 2022, Amazon tenia, a l'Estat, instal·lacions de magatzems, estacions logístiques, centrals i altres centres repartides per tot el territori, gairebé sempre prop de grans nuclis urbans com Madrid, Barcelona, Sevilla o València (veure Figura 15):



Imagen 9. Una visita al gegantesc Centre Logístic d'Amazon Espanya en Sant Ferran d'Henares (Madrid).

Crèdits d'imatge a [Álvaro Ibáñez](#)

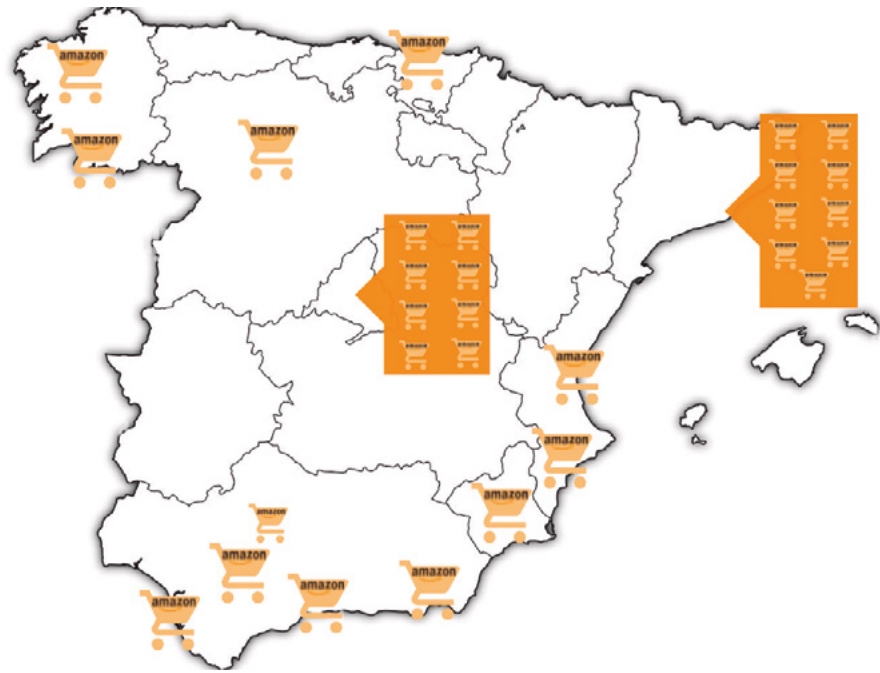


Figura 15: Instal·lacions d'Amazon en l'Estat Espanyol.

Font: Producció pròpia a partir de <https://marketing4ecommerce.net/donde-estan-los-almacenes-de-amazon-en-espana/>

La multinacional acumula ja diversos incompliments, sancions i acusacions de pràctiques laborals opaques. Segons va revelar una recerca del diari El Crític, a Catalunya, la Generalitat i Departament de Treball han sancionat a Amazon amb multes d'1,1 milions d'euros per incompliment de regulacions laborals (Aznar & Palà, 2022). Les majors sancions fan referència a cessacions il·legals de treballadors, però també n'hi ha per incompliment en les mesures de prevenció de riscos o contractació irregular de persones estrangeres. Als Estats Units, l'empresa liderada per Jeff Bezos ha estat acusada d'aplicar condicions laborals extenuants i realitzar amenaces i acomiadaments davant els intents de sindicar-se de les persones que treballen en els centres de distribució.

Però, quin ha estat l'impacte ambiental d'aquest creixement de la compra en línia en quant a emissions, i per part d'Amazon en concret? I què s'està fent sobre aquest tema? Segons les dades proveïdes per la mateixa empresa, en 2021 va tenir una petjada de carboni de més de **44 milions de tones de CO₂**, que equival a xifres similars a l'emès per països com Dinamarca o Eslovàquia el 2018, que van emetre 48 i 43

milions de tones respectivament (European Environment Agency, 2020).

Malgrat tenir tan altes emissions, l'efecte net sobre el consum d'energia per a les empreses digitals seria positiu en comparació amb les botigues de venda tradicional/presencial, consumint menys electricitat les primeres que les segones. Això es dona perquè les empreses de venda en línia no han de mantenir edificis d'atenció al client. Com a contrapart, les empreses digitals solen usar molt més embalatge que les botigues tradicionals (Viu-Roig & Alvarez-Palau, 2020).

Una part de la petjada de carboni d'Amazon és, indubtablement, provocada per la seva flota de vehicles pel transport de productes. Com s'ha explicat abans, el transport transfronterer seria una part molt gran d'aquesta bossa d'emissions de transport, però aquestes emissions poden provocar-se indistintament en una compra presencial o digital si el producte es produeix fora de les fronteres. **No obstant això, hi ha una part del transport que és diferenciat entre comprar en línia en Amazon o comprar presencialment en una botiga, encara que es compri exactament el mateix producte:**

L'impacte del transport des del magatzem/tendeixi fins a les llars.

És realment més contaminant comprar, en aquest cas concret, de manera digital? Molts estudis internacionals han analitzat l'impacte ambiental de les estructures de distribució del comerç digital a les ciutats. Indiquen que, en alguns casos, amb la finalitat d'aconseguir estalvis en temps de viatge, **les empreses de distribució podrien tenir menys impacte ambiental que les transaccions presencials si aquestes es realitzen, per exemple, amb desplaçaments amb cotxe.** Aquesta situació ve donada perquè les empreses de distribució, com Amazon, distribueixen els seus paquets de forma optimitzada, repartint la quantitat més gran de paquets en el mínim temps, vehicles i quilòmetres recorreguts. L'ús de rutes optimitzades no sols comporta un impacte mediambiental positiu, sinó també una major eficàcia operativa (impacte econòmic) i una major sostenibilitat operativa (impacte social).

Si, en lloc d'esperar als paquets, les persones compradores els recollissin en magatzems, les seves emissions de GEH i altres contaminants podrien ser superiors a les d'Amazon en aquest cas (Viu-Roig & Alvarez-Palau, 2020). No obstant això, aquesta reducció d'emissions en el lliurament de productes per part de les distribuïdores depèn de diverses variables i pot tenir fins i tot un efecte contrari: que les emissions siguin més altes en l'última milla si el lliurament la fa la distribuïdora.

En primer lloc, **la reducció d'emissions en l'última milla de la compra en línia depèn del mitjà de transport que utilitzaria la persona consumidora si fes la compra presencialment.** Les possibilitats de reducció d'emissions en cas que el lliurament fos a càrrec de l'empresa distribuïdora augmenten quan les persones compradores es traslladen a la botiga o al magatzem amb vehicles privats (augmentant encara més si aquests són vehicles de combustió interna), i presa l'efecte contrari (les emissions augmenten) si les persones compradores es traslladen a peu o de forma poc contaminant (bicicleta, patinet, transport públic, vehicle elèctric, etc.).

En segon lloc, **els efectes ambientals varien en funció de les característiques del territori.** En pobles i espais rurals, amb nivells més alts

de complicacions en el moment de moure's sosteniblement (per deficiència de transport públic, per exemple), la distribució de diversos paquets feta alhora amb un sol mitjà de transport (sigui més o menys sostenible) a càrrec de l'empresa venedora, seria, en principi, sempre més positiu pel que fa a la generació d'emissions (Viu-Roig & Alvarez-Palau, 2020).

Una tercera variable és el **tipus de vehicles que utilitza la distribuïdora.** Algunes empreses que s'han estudiat, com Amazon, tenen cada vegada més flotes de vehicles elèctrics per la distribució dels seus productes, disminuint cada vegada més el seu impacte. A les ciutats, un dels possibles canvis positius per a limitar l'impacte ambiental passaria per un canvi tecnològic cap a l'ús de vehicles més eficients energèticament com, per exemple, les bicicletes de càrrega. Hem repassat anteriorment que algunes cooperatives de missatgeria fan servir ja aquests vehicles, com Mensakas a la ciutat de Barcelona, però estan tenint dificultats per a accedir a la contractació pública precisament per a fer ús d'aquests mètodes de transport.

Finalment, cal tenir en compte el **nombre de trajectes realitzats per la distribuïdora.** Un dels punts negatius de la distribució central d'empreses com Amazon seria la quantitat d'enviaments doblats o triplicats a causa de no poder lliurar els paquets a la primera (en cas d'absència de la persona compradora en el moment del lliurament, per exemple). En aquest cas, els punts de recollida centrals reduirien aquest risc de lliurament fallit, però només serien millors ambientalment si els paquets fossin recollits amb mitjans de transport sostenibles.

Els estudis conflueixen en la idea de la necessitat d'una unió entre administracions públiques i empreses per implementar les mesures adequades de distribució, tenint en compte el territori en el qual es reparteix (especialment si és un entorn rural o una ciutat), triant bé la tecnologia adequada de mobilitat (bicicletes de càrrega, vehicles elèctrics, combustibles i vehicles nets, etc.) i la planificació dels viatges (planificació logística territorial, optimització de rutes, unitats mòbils d'emmagatzematge, lliuraments en hores punta, sistemes de distribució urbana, etc.). Aquesta bona combinació podria portar-nos a reduccions

substancials del consum d'energia i de la petjada de carboni.

Si bé és cert que una distribució òptima privada de productes comprats de manera digital pot ser positiva a escala ambiental, també han de

tenir-se en compte altres aspectes d'aquest repartiment com, per exemple, l'ús excessiu, per part d'empreses com Amazon, d'espais públics, congestionant el trànsit especialment en ciutats molt poblades com Barcelona.

com pels *modus operandi* d'irrupció agressiva a les ciutats de les economies de plataforma. Per tant, davant diverses de les vulneracions detectades al llarg d'aquest estudi, es proposa potenciar l'ús d'aquesta perspectiva, i **analitzar la garantia o vulneracions de drets en clau del dret a la ciutat** (ODESC, 2022 d)

Propostes reguladores i el dret a la ciutat

Algunes propostes que en l'àmbit local porten temps plantejant-se és la taxa d'última milla, també coneguda com a taxa "Amazon". Aquesta s'aplicarà als grans comerços en línia que operen a Barcelona i que facturen més d'un milió d'euros a l'any a la ciutat, i comportarà un 1,25% d'impost sobre els ingressos bruts de l'empresa. La taxa s'aplicarà per primera vegada tres mesos abans de les eleccions municipals de 2023, sent una mesura pionera a Espanya i a Europa.

L'objectiu principal és gravar l'ús de l'espai públic que realitzen els vehicles de repartiment a la ciutat, anivellant les condicions entre l'*e-commerce* i el comerç tradicional. Actualment, el comerç local contribueix a l'erari públic amb diferents impostos com l'IBI, o fa front a altres costos, com els necessaris per a tenir un local comercial.

Davant l'ús de l'espai públic d'aquestes distribuïdores en línia, així com la possible congestió del trànsit a les ciutats, les ciutats a Catalunya tenen la possibilitat de legislar en aquesta matèria de la qual és pionera l'Ajuntament de Barcelona. De fet, és la Llei de Comerç de Catalunya la que insta als municipis a taxar el lliurament postal a domicili.

Aplicar l'impost pot suposar un augment del preu dels productes que es comprin per internet i, per tant, que comprar en línia costi alguna cosa més que anar a la botiga. També es justifica pel fet que el comerç tradicional té efectes positius que no es veuen d'entrada i que interessa mantenir, també anomenades **externalitats**

positives. Algunes d'aquestes externalitats són tenir locals físics on veure els productes abans de comprar-los, fomentar l'economia local i de proximitat, reforçar el teixit social de poble o barri, o fer els passejos pel carrer més agradables, tal com ja plantejava Jane Jacobs (1961) seixanta anys enrere.

A més, l'urbanisme en clau feminista apunta cap a un augment de la sensació de seguretat al carrer per a les dones i identitats dissidents quan existeixen comerços, botigues, il·luminació i viants. Aquesta visió entronca amb la **perspectiva del dret a la ciutat, en la qual la vida més enllà de la llar**, això és, pel que fa als serveis públics, l'accés a la cultura o a espais públics on socialitzar, **resulta fonamental per gaudir d'aquest dret.**

Per tant, la vitalitat de les ciutats depèn, en gran manera, del comerç local i l'ocupació dels carrers per la ciutadania. Això permet teixir xarxa, generar comunitat i arrelament. Fer ús del Centre d'Atenció Primària, de l'escola, però també de la llibreria o botiga de roba, genera així mateix llocs de treball locals i dinamitza l'economia del poble o barri. Aquestes estructures i dinàmiques van perdent bastant gradualment si les compres per Internet i sense sortir de casa, i és necessari, per tant, incentivar les compres de proximitat i de producte local.

Així mateix, veiem com aquesta perspectiva del dret a la ciutat queda afectada tant per les implicacions pel comerç local i per les estructures de barri que provoquen les distribuïdores en línia,

CONCLUSIONS I RECOMANACIONS

Al llarg d'aquest estudi s'han analitzat diferents aspectes de les economies de plataforma i dels mercats o distribuïdores en línia que suposen vulneracions de drets socials i ambientals, i s'ha parat atenció als drets laborals i a la situació de les dones treballadores. **Hem detectat causes econòmiques estructurals que porten a aquestes vulneracions, hem analitzat les respostes i les alternatives, i hem proposat noves línies de recerca i polítiques públiques.**

1

Inversions amb capital risc i agressivitat amb les economies locals

En primer lloc, **situem les inversions fetes amb capital de risc o *venture capital* com un dels orígens de les vulneracions de drets laborals a les economies de plataforma.** El context macroeconòmic d'interessos baixos del capital en la darrera dècada ha fet possible una entrada de capital "barat" per al model de les economies de plataforma, que han seguit un model d'expansió agressiu.

L'agressivitat en aquest creixement s'ha comprovat quan s'han descobert documents interns d'empreses com Uber. La manera d'operar de la companyia consisteix a entrar agressivament a les economies locals, tot i el coneixement de la companyia de les potencials infraccions. L'objectiu de crear aquestes confusions és copar els mercats amb preus baixos; un cop els agents socials i reguladors responen a les vulneracions de drets, l'empresa ja s'ha establert com a únic o un dels proveïdors únics del servei en qüestió. **El nou model econòmic de les economies de plataforma atempta, per tant, contra la sobirania de les ciutats i contra diversos drets socials.** Aquest model es desenvolupa així en part per les pressions dels inversors darrere del capital en risc, a qui es promet un retorn alt per les seves inversions.

2

Marges molt reduïts, minimització dels costos de plantilla i dependència de les dades

Les empreses del model operen amb marges molt petits, per la qual cosa s'eviten regulacions laborals que incrementen els costos de plantilla i es depèn altament de l'anàlisi i la gestió de dades. La mateixa sostenibilitat econòmica de les economies de plataforma a Barcelona s'ha posat en dubte, en el cas del lliurament a domicili, si s'integren els *riders* com a part de la plantilla de treballadores.

Cal estudiar millor la relació entre les inversions d'alt risc i les vulneracions de regulacions locals i laborals, especialment quan s'actua amb marges baixos de benefici i entorns laboralment precaritzats. També s'hauria d'estudiar més detalladament la possibilitat de restricció d'inversions d'alt risc en aquests contextos, sense que aquestes regulacions impliquin una pujada de l'interès en aquestes inversions. S'han d'evitar aplicar interessos més elevats que comportin pressions més elevades per part dels inversors i que suposin estratègies agressives de reducció de preus que derivin en vulneracions de drets.

3

Regular els drets laborals dels treballadors de plataforma, imprescindible

Pel que fa a les vulneracions de drets laborals en què incorren aquestes companyies, cal esmentar que només l'existència a Espanya d'una llei que protegeixi els drets dels treballadors i indiqui el seu estatus jurídic atorga una protecció als treballadors de plataforma espanyols **que poden fer valer amb èxit als tribunals**. Això és cert encara que la normativa no es compleixi rigorosament, tal com hem esmentat a l'informe. En canvi, la manca de normativa a l'Argentina implica que el treball a les plataformes es desplega a la pràctica al marge del sistema tradicional de protecció del treball humà, i deixa els treballadors argentins (i també els espanyols que queden exclosos de la llei Rider) a mercè d'**estratègies evasives de les companyies**, és a dir, subjectes al determinisme tecnològic i a l'autoregulació de les plataformes. És important que en futures normatives **s'inclouï la presumpció de laboralitat**, i que sigui l'empresa la que hagi de demostrar la condició d'autònom dels treballadors i treballadores.

D'altra banda, si bé els casos analitzats responen a les situacions de vulneracions de drets laborals a Espanya i l'Argentina, és possible afirmar que estem parlant de **tendències que resulten generalitzables als respectius continents dels dos països i, sobretot, que es tracta de dinàmiques globals pròpies una nova realitat: el treball en plataformes**.

4

Convé sancionar o penar les empreses per incompliment de la normativa laboral i augmentar-ne la cobertura

Pel que fa als nous marcs reguladors que ja han sorgit per fer front a les desproteccions laborals analitzades, hem detectat algunes mancances. La primera és l'aplicació d'aquests marcs: hem vist que a l'Estat espanyol, tot i tenir una llei sobre vincles laborals en el sector del repartiment a domicili, **els índexs d'autoocupació continuen sent alts**. En la línia en què s'ha plantejat des del govern, es pot avançar a endurir les penes si s'incompleix la normativa laboral.

La segona mancança és l'**aplicabilitat limitada de la llei Rider, ja que serveix només per als col·lectius del repartiment a domicili, i deixa desprotegits la resta de treballadors i treballadores de les economies de plataforma**. S'ha visibilitzat, judicialitzat i regulat respecte a les vulneracions de drets en sectors concrets, com la mobilitat o el repartiment, que **casualment són plataformes altament masculinitzades**. Tot i això, també és cert que el fet que s'hagi establert una normativa específica, encara que només arribi a un sector determinat, ja deixa el camí més aplanat per extrapolar aquesta regulació a altres sectors.

A l'Estat espanyol, s'espera que aquesta mancança se solucioni a través de la transposició de la futura directiva europea de treballadors de plataforma, en què l'àmbit d'aplicació cobriria tots els sectors. Amb tot, urgeix la tramitació de la directiva, ja que la perspectiva més optimista és que s'aprovi abans de la primavera del 2024; si es comptabilitzen els dos anys de marge de transposició, significaria que l'horitzó de regularització per als treballadors i treballadores de plataformes se situa el maig del 2026.

5

Persisteix la difícil conciliació, inseguretats i precarietat per a les treballadores de les economies de plataforma i cal ajustar la normativa a les seves realitats

Pel que fa a la qüestió de gènere, resulta evident que en l'àmbit digital es reproduïxen les mateixes problemàtiques de gènere presents als contextos analògics: **les dificultats per conciliar la vida professional amb la vida laboral i les qüestions associades a la inseguretats i els abusos per part del client**. Aquestes problemàtiques es potencien per l'absència total de proteccions socials i de responsabilitat de la plataforma.

La precarietat laboral a les economies de plataforma no és sobrevinguda: hi ha paral·lelismes amb les condicions que ja es patien en sectors feminitzats. Tal com hem plantejat, en els darrers anys s'ha donat una feminització del treball, i els homes han entrat a la precarietat que vivien les dones.

Les solucions legals que s'han donat fins ara semblen més adaptades a les realitats masculinitzades, per la qual cosa cal donar resposta a la pluralitat de sectors. Els drets d'informació de les persones prestadores també s'han adaptat a la realitat dels *riders*, i se'ls ha obligat a informar sobre l'algorisme, però no a donar informació o valoració dels usuaris i les usuàries. Això és especialment rellevant en els sectors més feminitzats de les economies de plataforma, com el de les cures, on les feines es desenvolupen en entorns privats de la persona consumidora, i on la proximitat amb la persona que presta el servei és més alta.

També cal que els **processos d'optimització de dades estiguin regulats perquè no incorrin en discriminacions**. Com s'ha observat en els casos analitzats, les dones treballadores tenen problemes per treballar durant les hores que el programa més premia, com són els horaris nocturns o els que es fan de manera intensiva, per motius de conciliació familiar.

6

Un sector opac: cal augmentar la transparència

També cal augmentar la transparència del sector de les economies de plataforma, tant per les **sol·licituds d'informació als gegants tecnològics com per les accions de lobby efectuades amb representants polítics**. Els congressistes a l'Estat espanyol han de complir el deure de publicar al portal de transparència de la Cambra les trobades amb grups d'interès o llobistes, i s'ha de desenvolupar el reglament per regular aquest registre.

7

Creació del Centre Català d'Empresa i Drets Humans

L'aprovació de la llei de creació del centre -que va ser acceptada a tràmit per tot el ple del Parlament- situarà Catalunya com a pionera en matèria de regulació en l'àmbit d'empresa i drets humans. Aquest caràcter pioner del centre es dona perquè una administració pública podrà fer formacions, anàlisis de polítiques públiques i recomanacions en matèria d'empresa i drets humans, així com rebre queixes, fer investigacions, determinar si hi ha indicis de vulneracions comeses i establir sancions en cas que les empreses no col·laborin en la investigació.

8

Ha de créixer el suport públic a les alternatives en el marc de l'economia social i solidària, particularment des de la compra pública

Pel que fa a les alternatives al model d'economies de plataforma analitzades, cal que es dissenyin polítiques públiques de suport a la digitalització de l'economia social i solidària, que entengui que el desenvolupament de les eines digitals són el nucli de l'activitat. La necessitat de capital per invertir en eines digitals és una realitat que no es pot eludir si es vol construir una alternativa al model d'unicorn de les economies de plataforma. Tot i que són models dissenyats sota una lògica altament extractiva, es podria analitzar quines possibilitats s'ofereixen d'incubadores per a empreses emergents de l'economia social i solidària amb altes necessitats tecnològiques.

També hi ha possibilitats d'estabilitzar aquestes iniciatives a través de la compra pública socialment i ambientalment responsable, possibilitat compatible amb els objectius de la llei de contractació del sector públic. S'ha de tenir en compte que aquestes alternatives responen a criteris socials i ambientals que poden estar impeding-ne l'accés a licitacions a causa del disseny d'aquestes.

Des de les administracions públiques, també es pot tenir en compte l'eina de reserva de contracte, que possibilita limitar la licitació a actors de l'economia social i solidària per a la prestació de servei de missatgeria, repartiment de menjar a domicili o, fins i tot, de cures.

Finalment, repassem les conclusions i les recomanacions respecte a l'impacte ambiental de les distribuïdores en línia.

9

L'impacte ambiental de la compra en línia depèn de si els productes venen de lluny, tendència que va en augment dins del consum digital

L'impacte ambiental del comerç digital depèn, en gran part, de l'origen del producte consumit i de la cadena de producció. Els productes estrangers (especialment aquells que venen de països amb baixos estàndards ambientals, com la Xina) acostumen a tenir un impacte ambiental més gran que els de consum local, ja que, a banda del possible consum més elevat de matèries primeres, el transport transfronterer causa grans quantitats d'emissions de gasos d'efecte hivernacle i altres possibles contaminants. Com a resposta, cal augmentar la sensibilització de les persones consumidores respecte dels impactes ambientals i socials que tenen aquests augments de consum estranger. Hi ha indicis que el consum digital pot tenir un impacte ambiental

més elevat, o almenys hi ha projeccions que s'incrementin a l'Estat espanyol, atès que ha anat augmentant el pes relatiu de les compres estrangeres en el format digital i provenen majoritàriament de països com la Xina.

10

L'impacte ambiental en la darrera milla varia en funció del mitjà de transport que faria servir la persona consumidora per desplaçar-se a botiga física

Tot i així, es preveu que el consum digital com a tal (independentment de l'impacte de la producció d'allò comprat) té un impacte ambiental ambigu si es compara amb el comerç tradicional pel que fa als impactes de transport de l'"última milla" (és a dir, el trajecte que recorren els productes des de la botiga/magatzem fins a les cases de les persones consumidores). Que s'emetin més o menys gasos contaminants en aquest trajecte depèn d'una sèrie de variables, però els estudis apunten que la reducció d'emissions **depèn del mitjà de transport que faria servir la persona consumidora** si comprés presencialment, i que és substituït per la companyia distribuïdora. Si el mitjà utilitzat per les persones consumidores per recollir les compres és un vehicle de combustió interna, l'efecte ambiental de la distribució d'empreses com Amazon pot ser positiu, però si el trajecte a la botiga o al lloc de recollida de les persones compradores és a peu, amb vehicle baix en emissions (bicicleta, vehicle elèctric o transport públic), l'efecte de fer servir un repartiment en cadena per part d'una empresa pot tenir l'efecte contrari, i augmentar les emissions amb el lliurament per part de la distribuïdora si aquesta utilitza vehicles de combustió.

Remarquem, però, que el gruix principal de les emissions en el consum no es produeix a l'última milla, sinó en el consum de producte importat de regions llunyanes i fabricats en països amb estàndards ambientals pobres o insuficients. Hi ha diferències en l'impacte ambiental, per tant, entre els mitjans rurals i urbans, o entre aquells on hi hagi una proximitat del nucli urbà amb el comercial que possibiliti el transport, o on hi hagi una xarxa de transport, on és més probable que l'impacte ambiental de les distribuïdores sigui menor. El comerç digital també pot estalviar energia, en no haver de proveir botigues d'atenció a les persones consumidores, i emissions, si té una estructura de repartiment de paquets eficient i sostenible. Tot i així, encara hi ha marge de millora respecte a l'ús de l'espai públic i sobreús d'emballatges, entre d'altres.

11

Convé establir impostos a la compra en línia que pal·liï el greuge comparatiu amb el comerç físic

Davant la pujada de les compres en línia i el pes relatiu de les compres estrangeres respecte a les nacionals, segons indiquen les dades fins al 2021, cal gravar amb impostos els repartiments per igualar en condicions el comerç en línia i el tradicional. L'ocupació de l'espai públic o l'absència de pagament d'impostos com l'IBI, que sí que assumeix el comerç físic, són motius pels quals es proposa incorporar aquest criteri impositiu. Es tracta a més d'una mesura que permeti equilibrar en certa manera les condicions fiscals amb què operen els dos tipus de negoci, ja que es considera que el comerç local genera beneficis per a les ciutats que no aconsegueix la compra en línia -vitalitat dels carrers, estructura productiva local, etc.

12

Potenciar l'anàlisi de vulneracions en clau de dret a la ciutat

S'ha detectat que, davant dels impactes de les distribuïdores digitals i de les maneres d'irrupció a les ciutats de les economies de plataforma, s'afecta l'ús i gaudi de les ciutats. Davant d'aquestes vulneracions, es proposa potenciar l'ús de la perspectiva del dret a la ciutat, i analitzar la garantia o les vulneracions de drets en espais urbans en aquesta clau.

BIBLIOGRAFIA

- Aduriz, I. (15 d'abril de 2022). "El Congreso oculta las reuniones de los diputados con 'lobbies' pese a las normas de transparencia". Eldiario.es, disponible a: https://www.eldiario.es/politica/congreso-oculta-reuniones-diputados-lobbies-pese-normas-transparencia_1_8880930.html
- Alcalde, L. G^a. (26 de desembre de 2022). "Just Eat, Delivery Hero (Glovo) y Deliveroo afrontan un año decisivo tras el fin de la fiesta del 'delivery': la rentabilidad ahora es el único camino". Businessinsider, accessible a: <https://www.businessinsider.es/delivery-2023-retos-glovo-uber-delivery-hero-just-eat-1167396>
- Alecci, S. (12 de juliol de 2022). "Uber intentó recaudar impuestos de sus conductores mientras desviaba millones de euros a sociedades opacas". *El País*, accessible a: <https://elpais.com/economia/2022-07-12/uber-intento-escudarse-en-sus-conductores-mientras-evadia-decenas-de-millones-en-impuestos.html#:~:text=Seg%C3%BAn%20una%20estimaci%C3%B3n%20del%20Centro,a%20escala%20mundial%20en%202019.>
- Alvarez-Palau, E.J.; Calvet-Liñán, L.; Viu-Roig, M.; Gandouz, M. & Juan, A.A. (2022), Economic profitability of last-mile food delivery services: Lessons from Barcelona, *Research in Transportation Business & Management*
- Amnistía Internacional (2021). How leading ventura capital firms ignore human rights when investing in technology. Accessible a: <https://www.amnesty.org.uk/files/2021-07/Risky%20Business.pdf?VersionId=pp2..SFXdfelGbxarPHS7RKE2RfG.wCr>
- Aznar, L.; Palà, R. (4 de juliol de 2022). "Les sancions de la Generalitat a Amazon: 1,1 milions per vulnerar drets laborals". *El Crític*, accessible a: <https://www.elcritic.cat/investigacio/les-sancions-de-la-generalitat-a-amazon-15-milions-per-vulnerar-drets-laborals-134448>
- Ayuso, B. (11 de juliol de 2022). "Los trapos sucios de Uber". *El País*, accessible a: <https://elpais.com/podcasts/hoy-en-el-pais/2022-07-11/los-trapos-sucios-de-uber.html>
- Banco de España (2022). "El reto de la mediación del trabajo en plataformas digitales". *Boletín Económico* 1/2022, accessible a: <https://repositorio.bde.es/bitstream/123456789/20459/1/be2201-art03.pdf>
- Beccaria et al. (2020). *Delivery en pandemia: el trabajo en las plataformas digitales de reparto en Argentina*. OIT. Accessible a: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---ilo-buenos_aires/documents/publication/wcms_765154.pdf
- Casaponsa Saraiba, P. (5 de gener de 2023). "Amazon acomiadarà 18.000 persones". *Ara.cat*, accessible a: https://www.ara.cat/economia/tecnologia/amazon-acomiadara-18-000-persones_1_4590910.html
- Cerullo, M. (3 de maig de 2019). "Jeff Bezos, world's richest man, is about to get even richer". *CBS News*, accessible a: <https://www.cbsnews.com/news/jeff-bezos-net-worth-uber-ipo-to-make-richest-man-in-the-world-even-richer/>

- Congostrina, A. L. (11 de juliol de 2022). «Tito Álvarez, líder de los taxistas en Barcelona: “Lo sabíamos, pero ahora queda claro que Uber es una organización mafiosa”». *El País*, accessible a: <https://elpais.com/espana/catalunya/2022-07-11/tito-alvarez-lider-de-los-taxistas-en-barcelona-lo-sabiamos-pero-ahora-queda-claro-que-uber-es-una-organizacion-mafiosa.html>
- Cross-Border Commerce Europe (2021). *Top 16 Cross-Border EU Countries 2022*. Accessible a: <https://www.cbcommerce.eu/publication/top-16-cross-border-eu-countries-2022/>
- Chouza, P; Chasquero J.; Aranda, L. (9 de desembre de 2022). “El Gobierno pone coto a los falsos autónomos con penas de cárcel a las empresas que insistan en usarlos como Glovo”. *El País*, accessible a: <https://elpais.com/espana/2022-12-09/el-gobierno-castigara-con-hasta-seis-anos-de-carcel-los-incumplimientos-reiterados-de-la-legislacion-laboral.html>
- Domínguez, D. (coordinació); Villena, A.; González, E.; Ramiro, P.; Chávez, B.; Gómez, M.; Vicente S. (2023). *IBEX 35*. Lamarea ediciones. Disponible per comprar a: <https://kiosco.lamarea.com/producto/ibex-35-el-libro-de-lamarea-ediciones/>
- Du, L.; Zhang J. (7 de desembre de 2022). “Venture Capital Deals Set for Worst Drop in Over Two Decades”. *Bloomberg*, accessible a: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-12-07/venture-capital-deals-set-for-worst-drop-in-over-two-decades?leadSource=uverify%20wall>
- El Mundo (22 de setembre de 2022). “Glovo evita la 'Ley Rider' y mantiene como autónomos a ocho de cada 10 repartidores”. Accessible a: <https://www.elmundo.es/economia/2022/09/22/632c112cfc6c8372118b4594.html>
- Escribano, M. (29 de maig de 2022). «Los marginados de la ley 'rider': “Es mejor que ser repartidor, pero se parece mucho”». *El Confidencial*, accessible a: https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2022-05-29/olvidados-ley-rider-plataformas-falsos-autonomos_3430176/
- Eurostat (2022 a). “E-commerce statistics for individuals”. Accessible a: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=E-commerce_statistics_for_individuals#General_overview
- Eurostat (2022 b). “Internet purchases - origin of sellers (2020 onwards)”. Accessible a: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_ibos/default/table?lang=en
- Eurostat (2022 c). “Internet purchases by individuals (2020 onwards)”. Accessible a: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_ib20/default/table?lang=en
- European Environment Agency (2020). Annual European Union greenhouse gas inventory 1990–2018 and inventory report 2020. *Submission to the UNFCCC Secretariat*. Accessible a: <https://www.eea.europa.eu/publications/european-union-greenhouse-gas-inventory-2020>
- E-SHOW MAGAINZE (2021). TOP 300 GUIDE. Accessible a: <https://content.bhybrid.com/publication/ae174344/mobile/>
- Gálvez, J. (18 de gener de 2023). “La presidencia sueca de la UE espera que la ley de plataformas se apruebe esta legislatura”. *Euroefe*, accessible a: <https://euroefe.euractiv.es/section/digital/news/la-presidencia-sueca-de-la-ue-espera-que-la-ley-de-plataformas-se-apruebe-esta-legislatura-europea/>
- Garcia, J. (10 de juliol de 2022). «Uber espió a los taxistas y buscó usar en su favor las protestas: “Sería muy potente tener fotos de la violencia en Barcelona”». *El País*, accessible a: <https://elpais.com/economia/2022-07-10/uber-espio-a-los-taxistas-y-busco-usar-en-su-favor-las-protestas-seria-muy-potente-tener-fotos-de-la-violencia-en-barcelona.html>
- Gil, A. (20 de desembre de 2022). “Amazon cambiará sus prácticas comerciales para evitar una multa millonaria de Bruselas por abuso de posición dominante”. *Eldiario.es*, accessible a: https://www.eldiario.es/tecnologia/amazon-cambiara-practicas-comerciales-evitar-multa-millonaria-bruselas-abuso-posicion-dominante_1_9809934.html
- Grasso, D. (10 de juliol de 2022). “¿Qué es ‘Uber Files’? ¿Es legal Uber en España? Las claves para entender la investigación”. *El País*, accessible a: <https://elpais.com/economia/2022-07-10/que-es-uber-files-es-legal-uber-en-espana-las-claves-para-entender-la-investigacion.html>
- Guitérrez, H. (22 de maig de 2022). “Amazon ingresó 6.000 millones en España en 2021, un 11% más, y elevó sus inversiones un 48%”. *El País*, accessible a: <https://elpais.com/economia/2022-05-13/amazon-ingreso-6000-millones-en-espana-en-2021-un-11-mas-y-elevo-sus-inversiones-un-48.html>
- Hidalgo, M. (11 de juliol de 2022). «“Somos esclavos de Uber”: el coste para los conductores de un modelo de negocio imposible». *El País*, accessible a: <https://elpais.com/economia/2022-07-11/somos-esclavos-de-uber-el-coste-para-los-conductores-de-un-modelo-de-negocio-imposible.html>
- IAB Spain (2022). ESTUDIO E-COMMERCE 2022. Accessible a: <https://iabspain.es/estudio/estudio-e-commerce-2022/>
- Instituto Nacional de Estadística (INE) (2022), *Encuesta sobre el uso de TIC y comercio electrónico en las empresas*. Accessible a: https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176743&menu=ultiDatos&idp=1254735576692
- International Post Corporation (2022). *Cross-Border E-commerce Shopper Survey 2021*. Accessible a: <https://www.ipc.be/services/markets-and-regulations/cross-border-shopper-survey>
- Investing.com (2021). *Amazon.com income statement*. Accessible a: <https://es.investing.com/equities/amazon-com-inc-income-statement>

- Jacobs, J. (1961). *Mort i vida de les grans ciutats*.
- JJiménez, M. (6 de juliol de 2022). "Bruselas inspecciona por sorpresa a Delivery Hero y Glovo en una investigación antimonopolio". *Cinco días, El País*, accessible a: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/07/06/companias/1657120152_463252.html
- Los Deliveristas Unidos (2021). *New Labor Rights for App Delivery Workers / Nuevos Derechos Laborales para Deliversitas*. Accessible a: <https://losdeliveristasunidos.org/new-labor-rights>
- Madariaga, J.; Buenadicha, C.; Molina, E.; Ernst, C. (2019). *Economía de plataformas y empleo ¿Cómo es trabajar para una app en Argentina?*. CIPPEC-BID - OIT. Buenos Aires, 2019. Accessible a: <https://www.cippec.org/wp-content/uploads/2019/05/Como-es-trabajar-en-una-app-en-Argentina-CIPPEC-BID-LAB-OIT.pdf>
- Martínez, S. (15 de desembre de 2022). "El abogado general de la UE concluye que limitar las licencias VTC en el área metropolitana de Barcelona viola la legislación europea". *El Periódico*, accessible a: https://www.elperiodico.com/es/barcelona/20221215/abogado-general-ue-licencias-vtc-barcelona-79993195?utm_source=twitter-dogtrack&utm_medium=social&utm_campaign=EPbarcelona_cas
- Meneses, J.C. (25 de gener de 2023). «"No és un trasllat, és un acomiadament col·lectiu": Amazon deixa tirats 800 treballadors a Martorelles.» *Catalunya press*, accessible a: <https://www.catalunyapress.cat/article/societat/2023-01-25/4153043-no-trasllat-acomiadament-collectiu-amazon-deixa-tirats-800-treballadors-martorelles>
- Morellà, C. (17 de gener de 2023). "¿Vulneración de derechos humanos? Nosotros no sabíamos nada". *Eldiario.es*, accessible a: https://www.eldiario.es/contrapoder/vulneracion-derechos-humanos-no-sabiamos_132_9861847.html
- Morini, C. (2014). *Por amor o a la fuerza. Feminización del trabajo y biopolítica del cuerpo*. Traficantes de Sueños, Madrid.
- Observatorio CETELEM (2021). *Ecommerce 2021: la clave está en la logística*. Accessible a: <https://elobservatoriocetelem.es/ecommerce/>
- ODESC (2022 a). *El fenomen de la uberització: de l'extensió del model a l'organització de resistències* | Relatoria de grup focal. Accessible a: <https://observatoridesc.org/ca/fenomen-uberitzacio-l-extensio-del-model-l-organitzacio-resistencies-relatoria-grup-focal>
- ODESC (2022 b). *Los "Uber files": prácticas perversas para desmantelar derechos laborales*. Accessible a: <https://observatoridesc.org/es/uber-files-practicas-perversas-para-desmantelar-derechos-laborales>
- ODESC (2022 c). *Menjadors sostenibles i socialment responsables? Estudi de casos del model públicoprivat a Barcelona*. Accessible a: <https://observatoridesc.org/ca/nou-estudi-menjadors-sostenibles-i-socialment-responsables>
- ODESC (2022 d). *Hacia la implementación del Derecho a la Ciudad. Guía de indicadores*. Accessible a: <https://observatoridesc.org/es/hacia-implementacion-del-derecho-ciudad-guia-indicadores>
- OECD (2020). *E-commerce in the times of COVID-19*. Accessible a: https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=137_137212-t0fjgnerdb&title=E-commerce-in-the-time-of-COVID-19
- Organización internacional del trabajo (2016). *Non-standard employment around the world: Understanding challenges, shaping prospects*. Overview. Accessible a: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/@publ/documents/publication/wcms_534518.pdf
- Organización Internacional del Trabajo (2021). *El papel de las plataformas digitales en la transformación del mundo del trabajo*. Accessible a: https://www.ilo.org/global/research/global-reports/weso/2021/WCMS_823119/lang--es/index.htm
- Pesole, A.; Urzi Brancati, M. C.; Fernandez Macias, E.; Biagi, F.; Gonzalez Vazquez, I. (2018). *Platform Workers in Europe Evidence from the COLLEEM Survey*. Accessible a: <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC112157>
- Podemos (2019). *Programa Político 10N 2019*. Accessible a: https://podemos.info/wp-content/uploads/2019/10/Podemos_programa_generales_10N.pdf
- Parlament Europeu (2021). *Online platforms: Economic and societal effects*. Accessible a: [https://www.europarl.europa.eu/stoa/en/document/EPRS_STU\(2021\)656336](https://www.europarl.europa.eu/stoa/en/document/EPRS_STU(2021)656336)
- REAS (1 de febrer de 2019). "La contratación pública como política de fomento de la Economía Social". *El Salto diario*, accessible a: <https://www.elsaltodiario.com/mecambio/la-contratacion-publica-como-politica-de-fomento-de-la-economia-social>
- Renau, M.; Fuster, M.; Espelt, R. (2021). "Democratizando la economía de plataforma". *Oikonomics* (núm. 15, maig de 2021). Universitat Oberta de Catalunya. Accessible a: https://oikonomics.uoc.edu/divulgacio/oikonomics/_recursos/documents/15/fuster-renau-espelt_Oikonomics15_esp.pdf
- Ribera, M. (27 de desembre de 2022). "Compra en línea: quan el preu és més baix que el cost". *Nació Digital*, accessible a: <https://www.naciodigital.cat/opinio/25447/compra-linia-quan-preu-es-mes-baix-cost>
- Romera, J. (9 de novembre de 2020). "Amazon ingresa 7.567 millones en España y acapara ya el 15% de todo el comercio electrónico". *ElEconomista.es*, accessible a: <https://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/10873336/11/20/Amazon-ingresa-7567-millones-en-Espana-y-acapara-ya-el-15-de-todo-el-comercio-electronico.html>
- Simón, Óscar, (2021). *Pandèmia, crisi, capitalisme de plataforma i destrucció creativa, en Béns Comuns i necessitats col·lectives: la cruïlla de camins entre velles crisis i noves emergències*. Accessible a: <https://observatoridesc.org/sites/default/files/publication/files/vi.pdf>

- Srnicek, Nick, (2018). *Capitalismo de Plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra Editora.
- The Paypers BV (2021). *Cross-Border Payments and Ecommerce Report 2021- 2022*. Accessible a: <https://thepappers.com/reports/cross-border-payments-and-ecommerce-report-20212022/r1253333>
- Viu-Roig, M.; Alvarez-Palau, E.L. (2020). *The Impact of E-Commerce-Related Last-Mile Logistics on Cities: A Systematic Literature Review*. Accessible a: https://www.mdpi.com/2071-1050/12/16/6492?type=check_update&version=2
- Yotaxi (29 de novembre de 2021). "El aumento de los precios de Uber y Lyft en EEUU provoca que los pasajeros regresen al taxi". Accessible a: <https://www.yotaxi.es/el-aumento-de-los-precios-de-uber-y-lyft-en-eeuu-provoca-que-los-pasajeros-regresen-al-taxi/>
- Zhou, Y.; Guest, P. (21 de setembre de 2021). "The investors pushing the gig model around the world". *Rest of world*, accessible a: <https://restofworld.org/2021/global-gig-workers-investors-behind-gig-work-model/>

