



**Universidad**  
Zaragoza

## Trabajo Fin de Grado

LA GIG ECONOMY EN EL SERVICIO DE ENTREGA DE  
ALIMENTOS A DOMICILIO Y EL ANALISIS DE SU EVOLUCION

THE GIG ECONOMY IN THE HOME FOOD DELIVERY SERVICE  
AND THE ANALYSIS OF ITS EVOLUTION

Autor/es

Laura Piñero Bueno

Director/es

Alfredo Pérez Rueda

FACULTAD CIENCIAS SOCIALES Y DEL TRABAJO

2021 - 2022

Página 1 de 20

## RESUMEN

El presente trabajo identifica y analiza las condiciones en las que desempeñan su actividad los trabajadores del sector de entrega de alimentos, el llamado sector food delivery, así como la evolución seguida tras la implantación de la legislación que actualmente enmarca el sector.

Como punto de partida se describe el modelo de economía basado en las tecnologías que sustentan este sector, la "Gig Economy", analizando posteriormente el sector food delivery como parte central del presente trabajo, detallando, a continuación, el funcionamiento de la plataforma, Glovo. Este sector experimentó un crecimiento muy importante durante la crisis sanitaria por Covid-19, manteniendo posteriormente su expansión.

Por último, se dedica un apartado al análisis del marco legal que regula estas relaciones laborales, la Ley 12/2021, de 28 de septiembre, comúnmente conocida como ley rider que, aun después de su entrada en vigor, no ha conseguido eliminar las discrepancias existentes hasta la fecha.

*Palabras clave:* Gig Economy, sector food delivery, riders, condiciones laborales, digitalización.

## ABSTRACT

This paper identifies and analyzes the conditions in which workers in the food delivery sector, the so-called food delivery sector, carry out their activity, as well as the evolution followed after the implementation of the legislation that currently frames the sector.

As a starting point, the economic model based on the technologies that support this sector, the "Gig economy", is described, subsequently analyzing the food delivery sector as a central part of this work and one of its best-known platforms, Glovo. This sector experienced very significant growth during the Covid-19 health crisis, subsequently maintaining its expansion.

Finally, a section is dedicated to the analysis of the legal framework that regulates these labor relations, Law 12/2021, of September 28, commonly known as the rider law, which, even after its entry into force, has not managed to eliminate the discrepancies existing to date.

*Keywords:* Gig Economy, food delivery sector, riders, working conditions, digitization.

## ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN .....	4
2. GIG ECONOMY “ECONOMIA DE BOLO” .....	5
2.1. CONCEPTO GIG ECONOMY .....	5
2.2. VENTAJAS Y DESVENTAJAS.....	7
3. SECTOR FOOD DELIVERY .....	8
4. PLATAFORMA GLOVO .....	10
4.1. ORIGEN, INFORMACION GENERAL, REQUISITOS PARA TRABAJAR Y PROCESO DE SELECCIÓN .....	10
4.2. CÓMO TRABAJAN, QUÉ NECESITA, INFORMACIÓN QUE DEBEN DAR A LA EMPRESA ..	11
4.3. VOLUMEN DE TRABAJO, ¿EN QUÉ INFLUYE? VALORACION CONSUMIDOR .....	12
5. MARCO LEGAL .....	12
6. CONCLUSIONES .....	17

## 1. INTRODUCCIÓN

La transformación digital y la notable introducción de la tecnología en nuestro día a día se debe en parte a las necesidades que van apareciendo en la sociedad actual, en la que cada vez dependemos más de los avances tecnológicos ante las facilidades que nos brindan. Un ejemplo en la actualidad lo encontramos en el ámbito laboral, en el que los puestos de trabajo y la modalidad en la que se llevan a cabo implican una introducción vertiginosa de la tecnología, baste como ejemplo el teletrabajo o el sector del food delivery. Actualmente, estamos viviendo la aparición de una cultura que impone un ritmo de vida galopante e implica que para la realización de actividades tan rutinarias como realizar compras, actividades bancarias, trámites administrativos o incluso preparar la comida utilicemos todo tipo de aplicaciones informáticas. Esta cultura ha fomentado la aparición del sector delivery y su empleo como una práctica cada vez más habitual que se incrementó con la llegada de la pandemia del Covid-19 y ha persistido tras su desaparición.

En el presente trabajo vamos a centrarnos en el sector del food delivery, que engloba todo tipo de actividades relacionadas con el sector de la hostelería y la restauración. Como veremos, este sector ha tenido que adaptarse a los cambios introducidos en el mercado tras la aparición de las nuevas tecnologías. Durante el confinamiento derivado de la pandemia del Covid-19 los establecimientos del sector han conseguido mantener una gran parte de su rendimiento a través de la utilización de apps de reparto a domicilio, pudiendo cubrir así las necesidades de sus clientes, lo que ha conllevado que cada vez más establecimientos se hayan sumado a esta modalidad de negocio.

En todo caso, debemos tener presente que el auge del sector del food delivery también ha ocasionado polémicas en cuanto a sus prácticas, en muchas ocasiones cuestionables, en especial respecto a la violación de los derechos de los trabajadores que en muchos casos han sufrido abusos derivados de la falta de legislación de esta modalidad de trabajo. Tomando en consideración que la relación se basa en la utilización de una aplicación móvil que conecta al cliente, al trabajador y al empresario sin existir vínculo entre ellos pueden surgir preguntas al respecto como: ¿se deshumaniza el trabajo? ¿son estos trabajadores invisibles? o ¿de qué derechos disfrutaban y de cuáles carecen?

Este trabajo, como se ha avanzado anteriormente, pretende analizar la evolución y funcionamiento del sector de entrega de alimentos, centrándose en una de las plataformas más conocidas y que cuentan con mayor auge en la actualidad, la plataforma GLOVO. Se analizan las ventajas y desventajas que ofrece, la protección de que disfrutaban los trabajadores, comúnmente llamados “riders”, las polémicas que han surgido entorno a su clasificación dentro del marco laboral legal y, en último término, cómo afecta la legislación actual a sus condiciones y a su protección laboral.

## 2. GIG ECONOMY “ECONOMIA DE BOLO”

### 2.1. CONCEPTO GIG ECONOMY

Siguiendo a Cedrola Spremolla, G. (2020) en primer lugar, debemos precisar la terminología del concepto que vamos a tratar y desarrollar. Se hace referencia a Gig Economy con términos muy dispares como consumo colaborativo, sharing economy, economía colaborativa, peer economy o economía de plataformas. Aunque los términos no son rigurosamente sinónimos presentan en común su inclusión dentro del concepto de economía digital. Bajo la denominación de economía digital aparecen modelos de producción, consumo o financiación que se basan en la intermediación entre la oferta y la demanda (de particular a profesional) a través de tecnologías digitales. A menudo se usa el término “colaborativo” al esperarse que estas plataformas no tengan finalidad lucrativa, sin embargo, encontramos otros modelos de consumo y suministro de servicios basados en la intermediación de la oferta y la demanda generada de profesional a consumidor mediante plataformas digitales que no prestan el servicio implícito. Estos servicios se ofrecen a menudo a cambio de una contraprestación por un tercero vinculado (trabajador) a la plataforma y respecto del cual la plataforma reivindica una total autonomía, aun cuando se le imponen ciertas obligaciones para seguir considerándole como prestador del servicio.

La expresión Gig Economy surge en EEUU como una modalidad de economía digital, que se vincula a un conjunto de actividades sustentadas a partir de tecnologías digitales. En concreto, el término “Gig” hace referencia a una actuación puntual definida en el ámbito laboral como trabajos de corta duración para tareas muy concretas con breve vinculación entre el que desempeña el trabajo y el que lo recibe. El diccionario de Cambridge la define como: “una forma de trabajo temporal o la realización de tareas específicas, cobrando de forma independiente y no teniendo exclusividad para un único empleador.”

La Gig Economy comenzó su crecimiento hace varias décadas mediante la subcontratación de ciertos servicios generales como el mantenimiento o la limpieza de edificios entre otros. Durante los últimos años se ha producido su explosión debido a la aparición y despliegue de la quinta ola tecnológica que, a través de la digitalización, la posibilidad de definir una tarea y contratar a una persona mediante una app para que la lleve a cabo (Nova Mell *et al.*, 2021)

Si bien debe tomarse en consideración sus virtudes de cara al desarrollo y ahorro de costes por parte de las empresas, sus implicaciones sobre la formación de las personas, las condiciones laborales de los trabajadores y la contribución al sostenimiento del sistema de la seguridad social y al sistema de pensiones genera un futuro incierto, sin respuestas claras a preguntas decisivas como ¿quién va a mantener el sistema de prestaciones de la seguridad social?

Como venimos exponiendo, basándonos en el estudio realizado por Cedrola Spremolla, G. (2020), la Gig Economy ha surgido gracias al desarrollo del ámbito tecnológico, en la que se encuentra el llamado “sector del food delivery”. En todo caso, entenderemos como Gig Economy aquella práctica caracterizada por la no localización de actividades, donde juegan un papel central las plataformas digitales, las redes y la explotación masiva de datos, todo ello sustentado en tecnologías de índole digital. Ésta es un fenómeno emergente y

complejo íntimamente relacionado con la microeconomía, la macroeconomía, el cambio organizacional y las tecnologías digitales de la información y de la comunicación.

Se han señalado los siguientes aspectos como las principales características de la economía digital: la digitalización de información se configura como un recurso estratégico; reposa sobre costes marginalmente bajos y rendimientos crecientes; conlleva la aparición de nuevos modelos de negocio caracterizados por la utilización de tecnologías sin las cuales no se podrían llevar a cabo; está generando un nuevo modelo de producción industrial; y, por último, centra su objetivo en el incremento de la productividad.

Respecto a las formas de trabajo, se agrupan básicamente bajo dos modelos: el “crowdwork” (trabajo colaborativo online) y el “trabajo bajo demanda (on-demand) vía aplicaciones móviles” (Cedrola Spremolla, G., 2020).

Como se ha insistido, la economía colaborativa es un concepto que se fundamenta en las tecnologías. Es un modelo económico en el que los usuarios se aprovechan del desarrollo de estas para prestar, vender, comprar y/o alquilar bienes y servicios. Los beneficios de esta modalidad principalmente se centran en que, dado la enorme evolución de internet y de las posibilidades que alberga hoy en día, tienen la capacidad de realizar el contacto entre las personas más fácil y sobre todo más rápido, de tal manera que se puedan satisfacer las necesidades de los consumidores de forma más rápida y sin intermediarios. El mundo de internet no tiene límites por lo que una de las prácticas que se pueden llevar a cabo es la venta de productos de segunda mano. Esto abre un gran abanico de opciones con precios más asequibles.

La Gig Economy gira entorno a la red de internet por lo que los clientes una vez utilizado el producto o servicio pueden hacer feedback de este en una red social o página web, lo que antes sería el “boca a boca”. Esto proporciona más confianza a la hora de elegir un servicio a futuros usuarios basada en opiniones de consumidores.

Por último, para el empresario amplía la posibilidad de emprender en épocas de crisis, debido al bajo coste que supone emprender en un modelo como este (eserp business a law scholl, 2022).

Este tipo de economía ha generado nuevas formas de trabajo debido a los tipos de relación que pueden darse gracias a este fenómeno entre empleador y empleado de cualquier parte del mundo, sin tener ni si quiera un contacto presencial. Es posible el hecho de que una empresa tenga por ejemplo su centro de trabajo en EEUU y puedan tener trabajadores en España prestando servicios para ella en remoto y no físicamente.

Fue en 2008 tras la gran crisis económica cuando este fenómeno ganó más relevancia ya que el mercado laboral pasó por una situación complicada que hizo que los ciudadanos se sumaran a esta economía “digital”. Las personas empezaban a plantearse estas formas de trabajo ya que era y es actualmente, una oportunidad de tener ingresos con la posibilidad de compaginarlo con otros empleos y lograr así mayores beneficios. Además, personas que no optan al mercado laboral habitual al ser este más estricto en cuanto a requisitos a cumplir para optar a un puesto de trabajo, disfrutaban de más posibilidades de incluirse en este tipo de mercados (Morales, F. C., 2021).

Como establece esta relación entre empleador y empleado se mantiene a través de plataformas digitales por medio de la utilización de APPs, por lo que podemos considerarlo un modelo disruptivo. (Lorenzo, R. (2021)) “Los modelos de negocio disruptivos son un tipo de innovación que aporta una nueva idea o tecnología a un

mercado existente, las empresas entrantes en el mercado disruptivo suelen captar demandas no satisfechas en el mercado existente.”

## 2.2. VENTAJAS Y DESVENTAJAS

Siguiendo a Morales, F.C. (2021), como ventajas o beneficios de la Gig Economy nos encontramos con que al tratarse de una prestación de un servicio de forma remota no tiene límites geográficos por lo que los trabajadores ahorran en desplazamientos y en tiempo. La otra parte implicada, el empresario, también ahorra en costes por el tipo de relación mantenida con sus trabajadores pago por actividad que hace que no se tengan compromisos laborales, solo invierten dinero cuando necesitan a personal en situaciones eventuales. Al ser trabajos del tipo temporal o puntuales obtiene la característica de versatilidad al acoger cualquier trabajador sea cual sea su naturaleza.

La Gig Economy, como puede observarse en la tabla 1, también cuenta con la ventaja de ofrecer flexibilidad, horarios flexibles, que un trabajo convencional no puede ofrecerte por el tipo de trabajo a desempeñar. Esto conlleva a una mejor conciliación vida personal-laboral para el empleado que hace que pueda tener mejor calidad de vida.

**Tabla 1. Ventajas y desventajas de los empleos basados en la Gig Economía**

	Ventajas	Desventajas
Autonomía	Mayor organización personal del tiempo (como establece la filosofía americana el tiempo es dinero)	Alta dependencia de la oferta y la demanda (inestabilidad)
Salarios	En caso de compaginación con otro empleo supone un ingreso extra	En caso de ser el único empleo, implica ingresos bajos en comparación con la alta ocupación que supone
Flexibilidad horaria	Permite la conciliación vida laboral-personal, el disfrute del ocio.	En caso de ser el único empleo, al necesitar muchas horas para alcanzar un sueldo medio impide el disfrute del ocio.
Beneficios sociales	Al ser personal autónomo se desvincula de la presión de la pérdida de empleo como asalariado	Altas cuotas en régimen de autónomo si se relacionan con los bajos ingresos percibidos
Conciliación laboral	Permite la compaginación con otro empleo.	La menor dedicación por estar sujeto a los horarios de un empleo estable puede derivar en la imposibilidad de realizar este tipo de trabajos en las horas de mayor demanda, lo que podría implicar soportar más gastos por este segundo empleo en relación a los ingresos percibidos
Conciliación familiar	Permite adaptar el horario de trabajo con el cuidado de hijos o dependientes	Aunque de primeras pueda parecer un beneficio el adaptar el horario con el cuidado de hijos o personas dependientes, este tipo de empleos se caracterizan por los picos de demanda, que pueden no coincidir con el horario que se desea establecer

**Fuente:** elaboración propia

En la tabla 1 se reseñan las principales ventajas y desventajas que ofrecen esta modalidad laboral basada en la Gig Economy, si bien no son un *numerus clausus*, ya que el desarrollo de dicha actividad bajo el marco de la nueva legislación provocará la aparición de nuevas prácticas que influirán en las condiciones laborales de este tipo de empleos.

Desde el punto de vista del empresario son abundantes las ventajas que este tipo de economía ofrece. Tomando en consideración que la relación laboral que les une con los riders, es de carácter autónoma, estos no tienen que abonar cuotas empresariales a la seguridad social ni tampoco pagar seguros sociales. La figura de rider es como se les denomina a los repartidores de entrega a domicilio mediante plataformas digitales. Esta práctica coloca al trabajador en una situación de vulnerabilidad ya que, al no reconocérsele un contrato de trabajo por cuenta ajena no disfrutan de los principales derechos que éste puede ofrecer como son, entre otros, el derecho a causar prestación por desempleo, el derecho a una situación remunerada por una incapacidad temporal o el derecho al disfrute de un período vacacional retribuido.

Los trabajos que se llevan a cabo bajo esta modalidad priorizan el contacto entre cliente y repartidor mediante la utilización de una aplicación, siendo el único contacto real entre ambos el que se produce en el momento de la entrega. En el mismo sentido podríamos definir la relación que se da entre el propietario del establecimiento de restauración y el trabajador, que utiliza la misma aplicación al objeto de encargar el envío del pedido realizado por el cliente a través de la misma. Es decir, se produce una relación triangular en la que únicamente interviene una aplicación informática. Este tipo de transacción deshumaniza al trabajador, que es totalmente reemplazable tanto por el cliente como por el propietario del establecimiento.

Una vez aclarada la terminología y establecidos los conceptos, trataremos a continuación los siguientes puntos: el sector food delivery, la plataforma glovo y el marco legal.

### **3. SECTOR FOOD DELIVERY**

Parte de este sector se encuadra dentro de la Gig Economy. Este fenómeno se refiere y se podría definir como el reparto que ofrece un comercio para entregar sus productos en el domicilio del cliente.

Es decir, en el servicio de comida a domicilio, su servicio consiste en llevar los productos demandados por el cliente hasta el lugar que éste demanda. Los productos ofrecidos por los restaurantes se pueden pedir a través de una página web o de una aplicación móvil.

Encontramos un origen remoto de la entrega de productos alimentarios a domicilio a principios del siglo XIX, en el que existían pocos comercios que, además, se establecían en las ciudades o en pueblos grandes. Este hecho suponía que los habitantes de pueblos pequeños y lejanos se tuviesen que desplazar grandes distancias para poder abastecerse, lo que resultaba altamente costoso. Esta situación dio paso al nacimiento de la figura de los vendedores ambulantes, que se desplazaban hasta los pueblos lejanos ofreciendo sus productos en los domicilios de sus habitantes.

Este sector no tiene su origen en España, de hecho, en 2001 el primer modelo de negocio de reparto a domicilio de éxito fue Just Eat, una empresa danesa. En ese mismo año internet empezaba su auge y desarrollo en nuestro país apareciendo la página web Comercomer.com creada por Diego Ballesteros, emprendedor e inversor español de compañías como Cabify, pero con una tecnología limitada que todavía no albergaba la posibilidad de conectar dos dispositivos entre sí. Su funcionamiento, por entonces, se basaba en el registro de pedidos a través de la página web para posteriormente contactar con el restaurante destinatario real de la demanda, es decir, los pedidos realizados por el consumidor no se registraban directamente en el establecimiento oferente como ocurre en la actualidad (Alcalde, L. G., 2022).

Durante el período comprendido entre 1998 y 2001 surgió el fenómeno denominado burbuja puntocom, que se puede definir como una burbuja especulativa generada por las empresas de internet (llamadas puntocom) que vieron cómo se incrementó aceleradamente su valor en las bolsas de valores. El pico de la burbuja se dio el 10 de marzo de 2000 (Sevilla Arias, A., 2013). Con el estallido de la burbuja de las puntocom Diego Ballesteros junto con Evaristo Babé, emprendedor e inversor español, sacaron adelante el proyecto “SinDelantal” parecido al anteriormente comentado Comercomer.com pero con la diferencia de que éstos hicieron posible la conexión directa entre usuarios y restaurante gracias a una tecnología avanzada importada de China que se instalaban en los establecimientos al objeto de hacer esta práctica posible. Sin embargo, los repartidores no los proporcionaba la empresa intermediaria, los ponía a disposición cada restaurante. En 2011 alcanzaron el pico de éxito y en 2012 por dificultades económicas vendieron la compañía a su competidor Just Eat y comenzaron su andadura en México.

En el sector delivery español se quedaron Just Eat y Nevera Roja, esta última disponía de sus propios repartidores y además de una App móvil. En 2015 ésta fue vendida a Rocket Internet, una compañía alemana de startups. En ese mismo año entro en el mercado español la empresa británica Deliveroo y la empresa catalana Glovo, fundada por Óscar Pierre y Sacha Michaud.

**Gráfico 1: Índice de las empresas más centradas en el cliente**



**Fuente:** TheFork, To Good To Go y Glovo, empresas de restauración y delivery mejor valoradas. *Marketing Insider Review*. <https://www.marketinginsiderreview.com/indice-centrix-2022/>

Durante el paso del tiempo cada vez más y más establecimientos se unen a este sector creado a partir de las necesidades de la sociedad en el que encuentran una oportunidad de expandirse y llegar a más personas en una era como la nuestra tan digitalizada, la era de la globalización.

En el gráfico 1 se muestran las marcas más centradas en el cliente. Revela datos actuales dado que está fechado en febrero de este año. Entre los primeros puestos, concretamente en el tercero, se encuentra la plataforma Glovo, que será analizada profundamente más adelante por ser un caso más especial.

El gráfico se basa en los datos reportados por el Índice Centrix 2022, que establece el nivel de satisfacción de los clientes con las empresas valoradas.

En concreto, la utilización de dicho índice determina cuáles son las apps más utilizadas mensualmente (Uber, Glovo y Just Eat). Asimismo, muestra datos relativos a la imagen de la marca.

El Índice Centrix 2022 establece un rango de puntuación de 0 a 100, estableciendo la puntuación concreta mediante el análisis de los datos recogidos. Para la plataforma Glovo la puntuación es de 78,3.

## **4. PLATAFORMA GLOVO**

Una de las plataformas líderes en el sector food delivery es Glovo. Es un caso especial dado que sus servicios no solo se basan en la entrega de alimentos sino también de cualquier objeto que no se sobrepase de las medidas de la mochila térmica en la que transportan los pedidos solicitados.

### **4.1. ORIGEN, INFORMACION GENERAL, REQUISITOS PARA TRABAJAR Y PROCESO DE SELECCIÓN**

Glovo es una empresa de firma española que surge el 9 de septiembre de 2014, fundada por Óscar Pierre y Sacha Michaund, es una de las plataformas más populares en nuestro país.

Siguiendo a Bastero, M. (2022b), Glovo es una empresa que hace de intermediaria entre cliente y proveedor poniendo a disposición el servicio de recogida y entrega a través de sus repartidores denominados GLOVERS. Además, una de sus finalidades es fomentar ciudades más accesibles y con buenas prácticas hacia el medioambiente. Sus ingresos provienen de los acuerdos comerciales con los establecimientos.

Actualmente Glovo está en funcionamiento en 1.300 ciudades y 25 países y cuenta aproximadamente con 15 millones de usuarios.

Para que una persona pueda acceder a ser parte de esta empresa como repartidor glover el requisito principal es ser mayor de edad, es decir, tener como mínimo 18 años. Si se desea trabajar en modalidad de autónomo, es de obligado cumplimiento estar dado de alta en el RETA, régimen especial de autónomos, abonando la cuota mensual de 60 euros el primer año, 142 euros el segundo año ascendiendo la cuota a 200 euros a partir de los dos años dado de alta en este régimen. Además, Glovo exige a sus repartidores estar en situación legal en España y contar con autorización para trabajar ya sea por cuenta ajena o por cuenta propia, de lo contrario, el solicitante no podrá optar a este método de trabajo. Otro imprescindible a la hora de formar parte de la plantilla de esta empresa es el poder contar con un medio de transporte propio para realizar los trayectos entre locales oferentes y los domicilios de los clientes demandantes, pudiendo ser un coche, una moto, un patinete eléctrico o una bicicleta, estos dos últimos serían los más adecuados para

contribuir al medioambiente. Disponer de un dispositivo Android o iPhone es también una exigencia, o más concretamente una necesidad, para poder desempeñar este empleo. Por el contrario, no es necesario tener un nivel mínimo de estudios ni se exige experiencia mínima (García, D., 2022).

El proceso de selección para ser rider en Glovo comienza mediante la solicitud del interesado, que envía sus datos a través de la página web de la empresa. En segundo lugar, no existe como tal una entrevista personal, pero se asigna una cita en uno de los centros de esta entidad durante la cual se llevará a cabo una entrevista grupal, es decir, acudirán más personas interesadas en el puesto. En esta entrevista grupal se explican con detalle las condiciones que ofrece la empresa para que los solicitantes tomen una decisión final informada.

## **4.2. CÓMO TRABAJAN, QUÉ NECESITA, INFORMACIÓN QUE DEBEN DAR A LA EMPRESA**

Siguiendo a Gil, M. (2022), en la página oficial de esta plataforma en un primer contacto visual se pueden ver tres indicaciones. En primer lugar, que la remuneración va a variar dependiendo de la cantidad de pedidos que se realicen, del pago por pedido, de la distancia recorrida entre establecimiento oferente y domicilio del demandante y del tiempo de entrega. En segundo lugar, informan de que se contará con total flexibilidad puesto que la persona interesada elige cuándo y qué pedidos acepta. Y, por último, la tercera indicación tiene que ver con los requisitos indispensables para desempeñar las tareas que conlleva este trabajo que son: disponer de vehículo propio con el que poder realizar los pedidos, estar en posesión de un dispositivo Android o iPhone y cumplir la condición de la mayoría de edad. A mayor abundamiento, proporcionan más información como, por ejemplo, que al realizar el registro en la página web puedes optar por trabajar en régimen de autónomo o disponer de un contrato laboral con el matiz de que este se podrá conceder siempre que exista disponibilidad.

En cuanto a sus jornadas laborales, dado que este tipo de trabajo y plataforma presume de una gran flexibilidad horaria, los horarios los decide el repartidor. La enorme plantilla con la que cuenta Glovo que aproximadamente en España cuenta con 1.000 empleados, 12.000 glovers y 20.000 partners, mayoritariamente, sus glovers trabajan de manera autónoma. Glover es el término utilizado para nombrar al repartidor de Glovo. En todo caso hay que puntualizar que al comenzar la experiencia laboral en esta empresa solo te dan la opción de trabajar los fines de semana y alguna hora entre semana, pero por lo general solamente festivos. Es decir, la antigüedad se “premia” con más libertad a la hora de elegir turno de trabajo. La retribución se basa en una tarifa base por pedido realizado, estando los repartidores durante su jornada laboral geolocalizados en todo momento.

La plataforma tiene acuerdos con los comercios de la zona, estos acuerdos dan lugar a que se oferten los productos o servicios de estos comercios en la app. El cliente se descarga la app móvil y en el momento que elige lo que quiere y realiza el pago, esta se encargara de asignar este pedido a un repartidor. La elección del repartidor depende de variables. La valoración según el “sistema de excelencia” (activación a partir de los 50 pedidos realizados) como establece la Sentencia 124/2021 del Juzgado de lo Social n.º 02 de Madrid, de 25 de marzo de 2021, se nutre con los siguientes parámetros:

- *Valoración que el cliente hace del partner: las malas valoraciones debidas a un mal transporte o una mala actitud del repartidor pueden reducir la excelencia del Glover.*

- *Eficiencia del glover. La puntuación de eficiencia aumenta cuando colabora durante las horas que ha reservado libremente. Tener el modo de auto-aceptación activado le ayuda con esto y aumenta la eficiencia.*
- *Valoración del Partner después de cada pedido. Las malas valoraciones reducen la puntuación de excelencia.*
- *Horas de alta demanda seleccionadas por el Partner. Esas horas son seleccionadas en función de cuando el Partner prevé que puede recibir más pedidos. Hacer pedidos durante esas horas aumenta la puntuación de excelencia.*
- *Antigüedad. La valoración se nutre con los siguientes parámetros: comercios con los que trabaja Glovo, usuarios de la aplicación, parámetros de la propia aplicación (Acta de Inspección de Trabajo y de la Seguridad Social).*

### **4.3. VOLUMEN DE TRABAJO, ¿EN QUÉ INFLUYE? VALORACION CONSUMIDOR**

La elección depende de variable que, como se ha indicado éstas son según “sistema de excelencia” (activación a partir de los 50 pedidos realizados) e incluyen las siguientes: valoración del cliente; valoración por parte del establecimiento; valoración basada en la realización del trabajo durante las horas de alta demanda; eficiencia del trabajador; e historial de pedidos. Este sistema podía afectar al trabajador injustamente ya que, por ejemplo, el cliente podía pagar negativamente con el trabajador que el pedido llegue más tarde por tardanza del restaurante y no por él, influyendo en su valoración.

El antiguo “sistema de excelencia”, cuyos parámetros recoge la Sentencia 124/2021 del Juzgado de lo Social n.º 02 de Madrid y que han quedado reflejados en el punto anterior ya no existe, así lo hacen saber a través de su página oficial desde 2022. Pero entonces, ¿cómo funciona ahora el sistema de valoración de usuarios y para qué sirve?

Una vez entregado el pedido anteriormente solicitado, los usuarios pueden valorar como ha sido el servicio. Depositando tanto opiniones positivas como negativas según haya sido la experiencia del consumidor. Entre las variables positivas se encuadran el ser amable, tener buena comunicación con el cliente, tratar el pedido con cuidado durante el transporte, respetar las instrucciones de entrega y, por último, “entrega perfecta”. (Glovo App 2022). En cambio, dentro de las valoraciones negativas se encuadran las opciones de repartidor desagradable, el repartidor no se identifica con su foto, no lleva mascarilla, manipula el pedido y utiliza un vehículo diferente. Cada trabajador puede ver todas sus valoraciones, así como su puntuación generada siempre y cuando alcance un mínimo de cinco valoraciones, en una horquilla de valoración entre 0 y 5 puntos, como resultado de la suma de las valoraciones positivas. Con este nuevo sistema, las valoraciones de los consumidores no interfieren a la hora de recibir más o menos pedidos sino de la oferta y de la demanda de cada momento. (Glovo App 2022)

## **5. MARCO LEGAL**

Las compañías que realizan sus actividades empresariales a través de este tipo aplicaciones deberían garantizar una buena relación empresa- trabajador, ya que según las prácticas utilizadas se puede llegar a deshumanizar dichas metodologías de trabajo. Debido a las características de este tipo de relación laboral,

resulta fácil el hecho de contratar y despedir, ya que los trabajadores dependen en exceso de la oferta y la demanda que se da en cada momento.

Al inicio de su actividad, los riders fueron considerados trabajadores por cuenta propia, esto es, personas que realizan de forma habitual, personal, directa, por cuenta propia y fuera del ámbito de dirección y organización de otra persona, una actividad económica o profesional a título lucrativo, den o no ocupación a trabajadores por cuenta ajena.

Con esta calificación jurídica dada por las empresas, éstas conseguían ahorrarse los costes a la Seguridad Social puesto que no estaban dados de alta en el Régimen General y por tanto el pago de los seguros sociales no corresponde a ellas, si no al trabajador autónomo obligado a pagar la conocida cuota de autónomos.

Está claro que las posturas de las plataformas digitales y de los riders son antagónicas, mientras las primeras defienden que sus trabajadores son autónomos, los riders se consideran trabajadores por cuenta ajena. A continuación, vamos a profundizar en los argumentos que avalan que, en todo caso, los riders deben ser considerados trabajadores por cuenta ajena.

Tal y como establece el artículo 1 del Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, un trabajador por cuenta ajena es una persona que, voluntariamente presta de forma habitual sus servicios dentro del ámbito de organización y dirección de otra persona, física o jurídica, denominada empleador o empresario, siendo retribuidos por este último.

Sentada esta premisa, según establece el artículo 5 a) del mencionado Estatuto, es un hecho manifiesto que existe obligación por parte de los riders de prestar el servicio con periodicidad, ya que, de no hacerlo, son multados por el empresario-gestor de la plataforma digital. Si el repartidor no atiende los pedidos que tiene encomendados, recibe una penalización por parte de la empresa que se traduce en que para las próximas ocasiones le encarguen menos pedidos que los que realizaba anteriormente. Esta disminución de pedidos supone un descenso de sus ingresos, es decir, una sanción.

En cuanto a la retribución, en virtud de lo dispuesto en el artículo 26 del Estatuto de los Trabajadores que regula el régimen de los salarios, los riders reciben una contraprestación económica calculada por unidad de obra, admisible como forma de pago en el marco de la relación laboral por cuenta ajena, es decir, un salario.

Respecto al ámbito de organización y dirección del empresario como ya dispuso la STS de 11 de mayo de 1979, "la dependencia no implica una subordinación absoluta, sino solo la inserción en el círculo rector, organizativo y disciplinario de la empresa" (citada en STS 805/2020, de 25 de septiembre de 2020). En el caso que nos ocupa, y como ha analizado nuestro Alto Tribunal, las notas de dependencia y ajenidad, pueden traducirse a la realidad de formas diferentes a las clásicas cuando la empleadora, en nuestro caso el gestor de la plataforma digital, asume los riesgos de la operación y es beneficiaria de sus frutos, realizando una labor de coordinación, organización o control de la prestación u ostentando la potestad sancionadora, y ello aunque sus prerrogativas se manifiesten de forma indirecta o implícita, a través de la gestión algorítmica, de las condiciones de trabajo o del servicio prestado. La plataforma digital asume los riesgos de la operación y es beneficiaria de sus frutos, coordinando y organizando el trabajo de los riders para la prestación del servicio. En todo caso se dan las facultades empresariales de dirección organización y control de la actividad.

Sobre su inclusión en la organización de la empresa: el repartidor aporta como medios de trabajo bicicletas, motos o su teléfono móvil, a pesar de ello, estos medios han sido considerados poco significativos. Y esto es así, puesto que el medio fundamental para desarrollar la actividad es la aplicación a través de la que se gestiona todo el entramado de pedidos.

La aplicación, es gestionada por la empresa, siendo el medio principal por el que se organiza toda la actividad y se geolocaliza a los repartidores. La app es el punto de encuentro entre los restaurantes y sus potenciales clientes. Además, ha de tenerse en cuenta que los empleados reciben charlas informativas de la empresa al comienzo de sus servicios, y tienen la posibilidad de contactar con personal de la empresa para la gestión de cualquier incidente que les pueda surgir.

En cuanto a la ajenidad de frutos y riesgos: la compañía cobra a los restaurantes una comisión por anunciarse en su plataforma y con ello paga a los repartidores, quienes cobran menos que la empresa. De forma que todos los restaurantes asociados lo están con la plataforma digital, y no con los repartidores individualmente considerados.

Por tanto, considero que existe ajenidad de frutos y riesgos, ya que es la empresa quien, en realidad, paga a los repartidores. De hecho, ni los restaurantes, ni los consumidores a quienes se realiza el servicio de reparto, son clientes del repartidor, sino de la plataforma digital. Y si existe un problema con el pedido, quien tendrá que responder ante el restaurante será la plataforma digital; no el repartidor que materialmente entregó el pedido. A mayor abundamiento, cuando un pedido como cliente realizas por medio de la plataforma no puedes elegir el repartidor que realizará el servicio, por más satisfecho que estes con uno en concreto. Esta incapacidad de elección por parte del cliente implica que el repartidor no pueda beneficiarse de los frutos de la actividad dado que mediante el sistema establecido no adquiere una mayor cuota de repartos que sí podría obtener en caso de que el cliente pudiese seleccionar a su repartidor, consiguiendo éste una cartera propia de clientes.

Respecto al carácter personalísimo del servicio: la ausencia de exclusividad no excluye el carácter laboral de la relación, pues en todo contrato de trabajo puede pactarse que no haya deber de exclusividad. Asimismo, el hecho de que los repartidores pudieran firmar subcontratas (siempre con el visto bueno de la empresa) no niega el carácter personalísimo de la relación.

Mediante Ley 12/2021, de 28 de septiembre, por la que se modifica el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, aprobado por el Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, para garantizar los derechos laborales de las personas dedicadas al reparto en el ámbito de plataformas digitales se traslada la jurisprudencia existente (entre otras STS 805/2020, de 25 de septiembre, STS 637/2015, de 20 de enero de 2015, STS 263/1986, de 26 de febrero de 1986) sobre esta materia, que ha sido la encargada, ante la ausencia de legalidad aplicable, de crear el marco jurídico regulador de este tipo de relaciones laborales, y se modifica el Estatuto de los Trabajadores al objeto de dar protección legal a esta nueva figura de trabajadores.

En este sentido, la STS 637/2015, de 20 de enero de 2015 establece en su Fundamento de Derecho Segundo, aludiendo a doctrina sentada en STS de 23 de noviembre de 2009 que: *“a) la calificación de los contratos no depende de la denominación que les den las partes contratantes, sino de la configuración efectiva de las obligaciones asumidas en el acuerdo contractual y de las prestaciones que constituyen su objeto. (...) c) Tanto la dependencia como la ajenidad son conceptos de un nivel de abstracción bastante elevado, que se pueden manifestar de distinta manera. De ahí que en la resolución de los casos litigiosos se recurra con frecuencia*

para la identificación de estas notas del contrato de trabajo a un conjunto de hechos indiciarios de una y otra.

d) Los indicios comunes de la nota de dependencia más habituales son: la asistencia al centro de trabajo del empleador o al lugar de trabajo designado por éste y el sometimiento a horario; el desempeño personal del trabajo, compatible en determinados servicios con un régimen excepcional de suplencias o sustituciones; la inserción del trabajador en la organización de trabajo del empleador o empresario, que se encarga de programar su actividad; y, reverso del anterior, la ausencia de organización empresarial propia del trabajador.

e) Indicios comunes de la nota de ajenidad son, entre otros: la entrega o puesta a disposición del empresario por parte del trabajador de los productos elaborados o de los servicios realizados; la adopción por parte del empresario --y no del trabajador-- de las decisiones concernientes a las relaciones de mercado o con el público, como fijación de precios o tarifas, y la selección de clientela, o personas a atender; el carácter fijo o periódico de la remuneración del trabajo; y su cálculo con arreglo a un criterio que guarde una cierta proporción con la actividad prestada, sin el riesgo y sin el lucro especial que caracterizan a la actividad del empresario o al ejercicio libre de las profesiones”.

Finalmente, en Sentencia de 25 de septiembre de 2020 (núm. Rec. 587/2014) el Alto Tribunal sienta su doctrina en la controversia al establecer que *“Glovo no es una mera intermediaria en la contratación de servicios entre comercios y repartidores. No se limita a prestar un servicio electrónico de intermediación consistente en poner en contacto a consumidores (los clientes) y auténticos trabajadores autónomos, sino que realiza una labor de coordinación y organización del servicio productivo. Se trata de una empresa que presta servicios de recadería y mensajería fijando el precio y condiciones esenciales para la prestación de dicho servicio. Y es titular de los activos esenciales para la realización de la actividad. Para ello se sirve de repartidores que no disponen de una organización empresarial propia y autónoma, los cuales prestan su servicio insertados en la organización de trabajo del empleador, sometidos a la dirección y organización de la plataforma, como lo demuestra el hecho de que Glovo establece todos los aspectos relativos a la forma y precio del servicio de recogida y entrega de dichos productos. Es decir, tanto la forma de prestación del servicio, como su precio y forma de pago se establecen por Glovo. La empresa ha establecido instrucciones que le permiten controlar el proceso productivo. Glovo ha establecido medios de control que operan sobre la actividad y no solo sobre el resultado mediante la gestión algorítmica del servicio, las valoraciones de los repartidores y la geolocalización constante. El repartidor ni organiza por sí solo la actividad productiva, ni negocia precios o condiciones con los titulares de los establecimientos a los que sirve, ni recibe de los clientes finales su retribución. El actor no tenía una verdadera capacidad para organizar su prestación de trabajo, careciendo de autonomía para ello. Estaba sujeto a las directrices organizativas fijadas por la empresa. Ello revela un ejercicio del poder empresarial en relación con el modo de prestación del servicio y un control de su ejecución en tiempo real que evidencia la concurrencia del requisito de dependencia propio de la relación laboral”*.

En resumen, la situación laboral de estos trabajadores se fue estableciendo a través de la jurisprudencia generada por los numerosos litigios que llegaban a nuestros tribunales, y, posteriormente, por la doctrina jurisprudencial sentada por el Tribunal Supremo en Sentencia de 25 de septiembre de 2020 arriba referenciada.

La Ley 12/2021, de 28 de septiembre, por la que se modifica el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, aprobado por el Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, para garantizar los derechos laborales de las personas dedicadas al reparto en el ámbito de plataformas digitales traslada la

mencionada doctrina jurisprudencial, convirtiéndose en una disposición legal directamente aplicable en la práctica jurídica habitual, en las empresas propietarias de las plataformas digitales y en los contratos que éstas últimas celebren.

En relación con la entrada de la nueva legislación, el secretario de Empleo y economía social, Joaquín Pérez Rey ha dado una entrevista para televisión española el día 12 de agosto de este mismo año, 2022 en la cual afirma que se ha multiplicado por cinco el número de contratos laborales a partir de la aprobación de la ley rider. Afirma también que es una ley que no se puede burlar de ninguna manera y hecha para evitar prácticas fraudulentas. Está satisfecho del cumplimiento de la normativa y de los resultados ya que la ley está para cumplirla, pero en la entrevista también deja claro que Glovo es una de las plataformas en las que aún la gran mayoría de su flota cuenta con trabajadores prestando servicios en la modalidad de autónomos. Data además que estamos en la mejor posición en cuanto a valores laborales desde hace 14 años.

En todo caso, habrá que esperar a las futuras aplicaciones concretas de la legislación mencionada y a la jurisprudencia que se vaya sentando sobre su aplicación práctica para poder valorar tanto su aplicación legal por parte de las empresas implicadas como la referida dureza de sus disposiciones.

**Tabla 2. Síntesis de la evolución seguida en la regulación laboral de los riders.**

Regulación inicial de la relación laboral	En un primer momento a los riders se los consideraba como trabajadores por cuenta propia al estar dados de alta en la Seguridad Social en Régimen de Autónomos.
Surgimiento de las primeras controversias	Comienzan a incoarse juicios sobre la calificación de la relación laboral de los riders. La defensa se basa en determinadas características de la relación laboral como la periodicidad, la facultad de dirección y organización de la empresa, la capacidad de la empresa de sancionar a los riders y la percepción de una contraprestación económica por parte de la empresa que, según ha venido reiterando nuestro Alto Tribunal, son premisas de la ajenidad de la relación laboral (entre otras STS de 11 de mayo de 1979, STS de 23 de noviembre de 2009 o STS de 20 de enero de 2015).
Establecimiento de doctrina jurisprudencial por parte del Tribunal Supremo	Mediante Sentencia de 25 de septiembre de 2020 el Tribunal Supremo sienta la doctrina jurisprudencial al efecto, reconociendo al efecto que la relación laboral que se establece entre el empresario propietario de la aplicación digital y el trabajador es una relación laboral por cuenta ajena. Para ello se basa en la titularidad de los activos esenciales para la realización de la actividad, la capacidad de organización y dirección de la plataforma, el establecimiento de instrucciones y medios de control por parte de la

	empresa propietaria de la plataforma sobre el trabajador y la fijación del precio y de las condiciones esenciales del servicio por parte de la plataforma.
Ley 12/2021, de 28 de septiembre, por la que se modifica el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, aprobado por el Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, para garantizar los derechos laborales de las personas dedicadas al reparto en el ámbito de plataformas digitales	Tras la Sentencia del Tribunal Supremo de 25 de septiembre de 2020 el legislador modifica el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores mediante Ley 12/2021 de 28 de septiembre. Mediante la citada Ley se pretende garantizar los derechos laborales de las personas dedicadas al reparto en el ámbito de plataformas digitales. Dicha Ley no introduce ninguna novedad al respecto, limitándose a trasladar la mencionada doctrina jurisprudencial, convirtiendo ésta en una disposición legal directamente aplicable en la práctica jurídica habitual, en las empresas propietarias de las plataformas digitales y en los contratos que éstas últimas celebren.

*Fuente: elaboración propia*

## 6. CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta la literatura revisada, realizada podemos concluir que el fenómeno de la Gig Economy ha venido para quedarse. Desde su nacimiento en EE.UU. este modelo de empresa se ha extendido exponencialmente, alcanzando su punto álgido con la burbuja de la punto.com, fomentando la creación de infinidad de nuevas empresas que, a través del empleo de las nuevas tecnologías y la digitalización de nuestras vidas que ello ha conllevado, prestan sus servicios enlazando la oferta de los establecimientos con la demanda de los usuarios.

Este tipo de empresas ha generado una serie de puestos de trabajo que no han tenido encaje en la regulación laboral de los países en uso, y que, debido a las tantas veces injustas situaciones laborales, ha conllevado el aumento de la litigiosidad en este sector. En España, el poder legislativo, tras años actuando de mero espectador, ha decidido al fin trasponer las exigencias tanto sociales como de nuestros tribunales mediante la Ley 12/2021, de 28 de septiembre, por la que se modifica el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, aprobado por el Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, para garantizar los derechos laborales de las personas dedicadas al reparto en el ámbito de plataformas digitales, cuya regulación viene a plasmar sobre el papel la numerosa doctrina jurisprudencial que nuestro Alto Tribunal ha venido sentando.

Como se ha desarrollado a lo largo de este trabajo, el crecimiento de sector del food delivery ha seguido un crecimiento exponencial, gozando de una amplia aceptación por parte de casi todos los rangos de edad de la población española, especialmente entre los jóvenes de 16 a 34 años. Esta respuesta positiva ante los beneficios que prestan dichas plataformas digitales no se ha plasmado en una regulación legislativa capaz de proteger los derechos laborales más fundamentales de los trabajadores al servicio de dichas plataformas, la parte más vulnerable en la relación cliente – plataforma – trabajador.

Durante años, los litigios planteados ante estas situaciones de abuso laboral se han tenido que sustentar sobre la doctrina que, desde antiguo, ha venido sentando nuestro Alto Tribunal sobre las características que establecen que una relación laboral deba ser reconocida por cuenta ajena. No obstante, y dada las contradicciones surgidas entre las sentencias de los tribunales menores, ha sido nuestro Tribunal Supremo quien ha establecido por fin en el año 2020, mediante su sentencia de 25 de septiembre, la ineludible ajenidad de las relaciones laborales cuestionadas, relación de ajenidad laboral que posteriormente ha sido trasladada al ámbito legal mediante Ley 12/2021, de 28 de septiembre, por la que se modifica el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, aprobado por el Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, para garantizar los derechos laborales de las personas dedicadas al reparto en el ámbito de plataformas digitales.

## **BIBLIOGRAFIA**

- Alcalde, L. G. (2022). Estos fueron los pioneros del «delivery» en España: sí, antes que Glovo. *Business Insider España*. <https://www.businessinsider.es/estos-fueron-pioneros-delivery-espana-antes-glovo-1000481>
- Barra de ideas. Así es el perfil del consumidor delivery. Recuperado el 1 de noviembre de 2022 de <https://barradeideas.com/datos-delivery-just-eat/>
- Bastero, M. (2022b). Radiografía de las apps de reparto de comida a domicilio: quién es quién en un sector en constante evolución. *Marketing 4 Ecommerce*. <https://marketing4ecommerce.net/empresas-delivery-apps-de-reparto-de-comida-a-domicilio-a-nivel-mundial/>
- Bolsalea, E. (2022). La diferencia entre take away y delivery. *Bolsalea*. <https://www.bolsalea.com/blog/2021/01/diferencia-entre-take-away-y-delivery>
- Cedrola Spremolla, G. (2020). Trabajo, organización del trabajo, representación de los trabajadores y regulación laboras en el mundo de la gig economy. *Revista Internacional y comparada de Relaciones Laborales y Derecho del empleo*, vol. 8, n.º 1.
- ESERP Business a Law School. ¿Qué es la economía colaborativa? Beneficios y Ejemplos. Recuperado el 1 de noviembre de 2022 de <https://es.eserp.com/articulos/que-es-la-economia-colaborativa/>
- García, D. (2022, 12 junio). Requisitos para trabajar en Glovo España: ¡Repartidor Glover!. <https://requisitos.me/trabajar-glovo/>
- Gil, M. (2022). Trabajar en Glovo: horarios, sueldo, requisitos y opiniones. *Trabajaren.casa*. <https://trabajaren.casa/trabajar-glovo/>
- Glovo y la localización. (2016). <https://blog.glovoapp.com/glovo-life/como-funciona/glovo-y-la-localizacion/>
- Glovo. El sistema de valoración de usuarios. Recuperado el 1 de noviembre de 2022 de <https://delivery.glovoapp.com/es/faq/el-sistema-de-valoracion-de-usuarios/>
- Glovo Partner Blog. La importancia de los repartidores. Recuperado el 1 de noviembre de 2022 de <https://partnerblog.glovoapp.com/es/consejos/la-importancia-de-los-repartidores/>
- Lorenzo, R. (2021). Gig economy» Qué es, características y algunos ejemplos de la economía gig. Coworkingfy. <https://coworkingfy.com/economía-gig-economy-que-es/>

- El Economista.es. Los servicios “delivery” alcanzan un 7% de la cuota de mercado en el sector de la restauración (2022) <https://www.eleconomista.es/retail-consumo/noticias/11894064/08/22/Los-servicios-delivery-alcanzan-un-7-de-la-cuota-de-mercado-en-el-sector-de-la-restauracion-.html>
- Morales, F.C. (2021). Gig Economy. Economipedia.com. <https://economipedia.com/definiciones/gig-economy.html>
- Nova Melle, P. & Villalón Ogáyar, J. J. & Iglesias Fernández, O. & Alberich Nistal, T. & Días Moreno, V. & Sánchez Morales, M<sup>a</sup>. R. (2021). *Introducción a la Sociología para Ciencias Sociales*. Librería Uned. ISBN: 978-84-362-7386-1, pp. 282-287.
- Sevilla Arias, A. (2013). Burbuja de las punto-com. Economipedia.com <https://economipedia.com/definiciones/burbuja-de-las-punto-com.html>
- TheFork, To Good To Go y Glovo, empresas de restauración y delivery mejor valoradas. (2022). *Marketing Insider Review*. <https://www.marketinginsiderreview.com/indice-centrix-2022/>
- Ley 12/2021, de 28 de septiembre, por la que se modifica el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, aprobado por el Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, para garantizar los derechos laborales de las personas dedicadas al reparto en el ámbito de plataformas digitales.
- Sentencia del Tribunal Supremo n.º 637/2015, de 20 de enero de 2015.
- Sentencia del Tribunal Supremo n.º 805/2020, de 25 de septiembre de 2020.
- Sentencia del Juzgado de lo Social n.º 2 de Madrid nº124/2021, de 25 de marzo de 2021.