

Plataformas digitales en México: ¿Cuál es el perfil y preferencias de aseguramiento de los conductores y repartidores usuarios de DiDi y DiDi Food?

Oliver Azuara Herrera
Mauricio Mondragón
Catalina Rodríguez Tapia
Fermín Vivanco

División de Mercados Laborales

NOTA TÉCNICA N°
IDB-TN-02474

Plataformas digitales en México: ¿Cuál es el perfil y preferencias de aseguramiento de los conductores y repartidores usuarios de DiDi y DiDi Food?

Oliver Azuara Herrera
Mauricio Mondragón
Catalina Rodríguez Tapia
Fermín Vivanco

Catalogación en la fuente proporcionada por la
Biblioteca Felipe Herrera del

Banco Interamericano de Desarrollo

Plataformas digitales en México: ¿cuál es el perfil y preferencias de aseguramiento de los conductores y repartidores usuarios de DiDi y DiDi Food? / Oliver Azuara Herrera, Mauricio Mondragón, Catalina Rodríguez Tapia, Fermín Vivanco.

p. cm. - (Nota técnica del BID ; 2474)

Incluye referencias bibliográficas.

1. Labor market-Effect of technological innovations on-Latin America. 2. Self-employed-Latin America. 3. Part-time employment-Latin America. 4. Retirement income-Latin America. 5. Saving and investment-Latin America. I. Azuara Herrera, Oliver. II. Mondragón, Mauricio. III. Rodríguez Tapia, Catalina. IV. Vivanco, Fermín. V. Banco Interamericano de Desarrollo. División de Mercados Laborales. VI. Serie. IDB-TN-2474

Palabras clave: Seguridad social, economía gig, pensiones, mercados laborales, tecnología

Códigos JEL: J18, J21, J24, J26, J4, J8

<http://www.iadb.org>

Copyright © 2022 Banco Interamericano de Desarrollo. Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas (CC-IGO 3.0 BY-NC-ND) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no-comercial otorgando el reconocimiento respectivo al BID. No se permiten obras derivadas.

Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la CNUDMI (UNCITRAL). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID, no están autorizados por esta licencia CC-IGO y requieren de un acuerdo de licencia adicional.

Note que el enlace URL incluye términos y condiciones adicionales de esta licencia.

Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa.



PLATAFORMAS DIGITALES EN MÉXICO

¿CUÁL ES EL PERFIL Y PREFERENCIAS DE ASEGURAMIENTO DE LOS CONDUCTORES Y REPARTIDORES USUARIOS DE DIDI Y DIDI FOOD?



Oliver Azuara Herrera
Mauricio Mondragón
Catalina Rodríguez Tapia
Fermín Vivanco





Tabla de contenidos

Introducción	3
La seguridad social mexicana en la era digital	6
La pandemia como catalizador de las aplicaciones de transporte y entrega a domicilio	6
Dos encuestas en México: conductores que usan DiDi y repartidores que utilizan DiDi Food	7
¿Quiénes son los usuarios conductores de DiDi y usuarios repartidores de DiDi Food en México?	8
¿Qué valoran los conductores en la plataforma de DiDi?	11
La pandemia y las plataformas digitales: ¿una opción para generar ingresos en tiempos de crisis?	13
Salud y educación financiera	15
Educación financiera: ¿cuánto saben los conductores y repartidores sobre conceptos básicos financieros?	15
¿Tienen salud financiera los conductores y repartidores usuarios de la plataforma de DiDi y DiDi Food?	16
La seguridad social en una era digital: ¿cómo se puede mejorar el modelo tradicional?	18
El reto de ahorro para el retiro: ¿toman medidas los encuestados para afrontar su vejez?	18
Protección de salud: ¿están preparados los encuestados para afrontar una emergencia médica?	21
¿Existe demanda por mecanismos de protección básicos?	21
Conclusiones: ¿qué opciones de aseguramiento se pueden desarrollar para nuevas modalidades de empleo?	23
Citas	25



Introducción

La informalidad laboral de México es crónica, y se traduce en una mayor vulnerabilidad de la población ante eventualidades. Los esquemas de seguridad social tradicionales vinculan el acceso a la protección social al estatus laboral, tanto del trabajador como de sus dependientes económicos. Es por ello que, en países con alta informalidad, como es el caso de México, donde el 55% de los trabajadores activos son informales ([INEGI, 2022](#)), no resulta sorprendente que la cobertura en materia de pensiones, salud y demás ámbitos sea limitada. En este contexto, es imperativa la búsqueda de nuevas alternativas costo-efectivas y sostenibles de aseguramiento.

La tecnología se ha convertido en una forma de generar ingresos para algunas personas que, de lo contrario, enfrentarían condiciones de vulnerabilidad. Las plataformas digitales de servicios bajo demanda han permitido ofrecer una fuente importante de ingresos, especialmente durante la pandemia. Dada las bajas barreras de entrada y la flexibilidad horaria que brindan, una parte de la población económicamente activa se ha podido mantener ocupada gracias a plataformas como DiDi y DiDi Food.

Si bien las plataformas digitales sirven como fuente de ingresos adicionales, existen oportunidades para mejorar el acceso a esquemas de aseguramiento que los protejan ante distintos riesgos, manteniendo la flexibilidad de las plataformas. Los usuarios de plataformas digitales son un ejemplo clave de grupos que quedan fuera de los regímenes de seguridad social tradicionales. Encuestas con conductores y repartidores usuarios de DiDi y DiDi Food, respectivamente, muestran que no están cubiertos ante riesgos imprevistos como emergencias de salud, ni tampoco de cara a su retiro. A pesar de su situación de desprotección, manifiestan interés en contar con esquemas básicos que los protejan ante este tipo de riesgos. A su vez, la gran mayoría de usuarios valora la flexibilidad para generar ingresos que ofrecen las plataformas, algo que podría estar en riesgo si se continúa utilizando el marco tradicional de la seguridad social como base para estas nuevas modalidades de trabajo.

La flexibilidad que tanto valoran los usuarios de las plataformas puede estar en riesgo si no se cambia el marco tradicional de la seguridad social como base para estas nuevas modalidades de trabajo. Ante estas preferencias, aparece un esquema legislativo de la seguridad social que no se adapta a esta flexibilidad, dejando a las personas en estado de vulnerabilidad. Por ello, surge la necesidad de,

1. promocionar productos o soluciones de seguridad social ya existentes que ofrece el sector público (como el ahorro voluntario a través de AforeMóvil, ofrecido por la Consar) o privado entre usuarios de plataforma;
2. poner en práctica pilotos con nuevas alternativas basadas en la economía del comportamiento y la tecnología; y,



3. replantear cómo la regulación puede modificarse para así facilitar el acceso a otras formas de aseguramiento, incluyendo a las personas sin un empleo formal, sin perder la flexibilidad ofrecida por las plataformas.

El perfil de personas que deciden utilizar plataformas digitales es heterogéneo, lo que condiciona el tipo de aseguramiento social que pueden utilizar. Ya sea para realizar entregas de comida o viajes, la prestación de servicios a través de plataformas digitales como DiDi o DiDi Food permite a personas con distintos perfiles generar o complementar sus ingresos. En algunos casos, sirve como un “seguro de desempleo”, pues lo toman como una ocupación temporal hasta que encuentran otra ocupación. De igual manera, es un trabajo de tiempo completo para personas que únicamente se dedican a prestar servicios bajo demanda. Por lo tanto, la solución de aseguramiento requiere ser flexible y que se adapte a las necesidades de las personas.

Hasta hace poco, existía un desconocimiento de las diferencias entre los perfiles de los repartidores y los conductores usuarios de plataformas en el contexto de la pospandemia en México. De la misma forma que es difícil asumir que el perfil promedio de alguien que presta servicios a través de Zolvers, Glitzi o Doctoralia¹ va a tener el mismo perfil que realiza viajes con plataformas de movilidad como DiDi, es importante entender las diferencias entre el perfil y motivaciones de los conductores y repartidores usuarios de plataformas. Asimismo, la pandemia modificó el estatus laboral de muchas personas y resaltó la falta de protección general que enfrentaban las personas ante emergencias de salud o económicas.²

En este contexto, el BID, BID Lab, DiDi y DiDi Food se han asociado para conocer el perfil y las necesidades de los usuarios que utilizan estas plataformas digitales como alternativa ocupacional, y así identificar canales de ahorro voluntario y demás esquemas de aseguramiento que se adecuen a estas personas. Este esfuerzo tiene como pieza central la colaboración entre el sector público y privado, pilares esenciales para el desarrollo de nuevos esquemas de aseguramiento. Esta alianza se inició con la realización de una encuesta en México de 583 conductores de DiDi y a 1231 repartidores de DiDi Food en 2021, que se levantaron con el fin de entender el perfil de los usuarios, su uso general de plataformas digitales para generar ingresos, su salud, comportamiento financiero y cobertura de seguridad social, incluyendo el ahorro voluntario. Se utilizaron los resultados de la encuesta para informar el diseño de intervenciones que atendieran la falta de acceso a esquemas de ahorro y demás necesidades entre los usuarios de DiDi y DiDi Food.

El Grupo BID, bajo la iniciativa del [Laboratorio de Seguridad Social Digital](#), lidera esfuerzos para repensar los sistemas de seguridad social en la era digital, como parte de su Visión 2025. El auge de nuevas modalidades para generar ingresos está transformando la naturaleza del trabajo y esto, a su vez, representa un reto mayúsculo al diseño tradicional —especialmente el financiamien-

1. Estas plataformas conectan a clientes con prestadores de servicios, incluyendo empleadas domésticas en el caso de Zolvers, terapeutas certificadas en el caso de Glitzi, y especialistas médicos en el caso de Doctoralia.

2. Azuara, Oliver; Fazio, Maria Victoria; Hand, Anne; Keller, Lukas; Rodríguez Tapia, Catalina; Silva Porto, María Teresa. (2021). “[El futuro del trabajo en América Latina y el Caribe: ¿Cómo puede la tecnología facilitar la recuperación del empleo tras el COVID-19?](#)” Banco Interamericano de Desarrollo.



to— de los sistemas de seguridad social. Sin embargo, estos no se han adaptado a estas nuevas modalidades laborales, lo que ha dejado a muchas personas desconectadas de los beneficios de protección social, como el seguro médico y las pensiones. Esta encuesta se alinea con la Visión 2025 del Grupo BID, la hoja de ruta para promover la recuperación económica en la región, ya que, específicamente, busca asegurar que los trabajadores de las plataformas digitales de distintos tipos (como transporte, alimentación, y otros) tengan acceso a esquemas básicos y flexibles de seguridad social para afrontar riesgos a corto y largo plazos.

Estas dos encuestas representan un esfuerzo único, pues permiten comparar entre el perfil de repartidores y conductores usuarios de plataformas que están utilizando las aplicaciones de movilidad en la post-pandemia. A diferencia de otras encuestas pasadas, estas unen la necesidad de recolectar evidencia sobre los comportamientos y las preferencias de aquellos individuos que generan ingresos a través de dos tipos de modalidades de trabajo flexible bajo demanda: el transporte y la entrega a domicilio. Además, permiten analizar las necesidades de los usuarios conductores y repartidores frente a una crisis como la provocada por la pandemia. Estos datos son críticos para entender cómo responder a la situación actual, ya que con la región alcanzando 31 millones de trabajos perdidos en la peor época del COVID-19, muchos trabajadores con distintos perfiles y necesidades optaron por estas nuevas modalidades de trabajo.



La seguridad social mexicana en la era digital

En México, la cobertura de seguridad social es baja. De acuerdo con los datos del Sistema de Información de Mercados Laborales y Seguridad Social (SIMS) [del BID](#), en 2020, solamente el 30% de los trabajadores activos cotizaban a la seguridad social. Particularmente bajas son las contribuciones de trabajadores independientes pues menos del 1% de estos trabajadores cotizaban a la seguridad social en el mismo año.

Esta baja cobertura de los sistemas de seguridad social hace que las personas no estén preparadas ante distintos riesgos de corto y largo plazos, como emergencias de salud y el riesgo inherente al envejecimiento. Apenas [dos de cada diez trabajadores](#) mexicanos de los primeros cuatro deciles de la distribución de ingresos contribuyen a algún esquema formal de pensión, dejándolos desprotegidos al alcanzar la vejez. En cuanto a salud, aunque existe una cobertura por afiliación a las instituciones públicas federales de salud [del 89,5%, la cobertura universal del sistema público de salud es del 22,5%.](#)

Luego de décadas de funcionamiento de la seguridad social, y dados estos niveles de cobertura, resulta evidente la necesidad de adaptar los sistemas a la realidad de los mercados laborales. La seguridad social asocia el estatus de empleo tradicional con la protección social, dejando por fuera a una gran parte de la población que no trabaja como empleado a tiempo completo bajo la definición tradicional. Un ejemplo de individuos cuyo estatus laboral se escapa de las definiciones estándar son los trabajadores de las plataformas digitales o de la economía colaborativa.

La pandemia como catalizador de las aplicaciones de transporte y entrega a domicilio

Desde antes de la pandemia, la flexibilidad de las plataformas digitales ha sido una fuente muy atractiva para generar ingresos adicionales. Al ofrecer flexibilidad y bajas barreras de entrada, estas plataformas se prestan para la generación de ingresos de personas con distintos perfiles y necesidades. Por esta razón, es difícil homologar el estatus laboral de las personas que trabajan en las plataformas, ya que varía de persona a persona y de plataforma a plataforma: solo una fracción del total están activos en las plataformas al menos 8 horas al día. La mayoría de los casos utilizan plataformas para generar ingresos y no lo consideran —ni desean hacerlo— como un trabajo de tiempo completo. La definición varía tanto, dependiendo del caso, que rompe con el esquema establecido por las regulaciones o leyes laborales tradicionales.

El uso de plataformas de trabajo bajo demanda, como DiDi y DiDi Food, ha visto un incremento exponencial. Según datos de SensorTower, que mide las descargas de este tipo de aplicaciones, el



uso de plataformas de entrega a domicilio incrementó un 50% en promedio entre la primera y última semana de marzo 2020, cuando se desató la pandemia en América Latina y el Caribe ([Azuara et al., 2020](#)). Sin embargo, esta tendencia se observaba inclusive antes de la pandemia. Por ejemplo, en 2019, las descargas de plataformas bajo demanda (incluyendo las de transporte y las de entrega a domicilio) alcanzaron en la región las 29 por cada cien habitantes, casi cuatro veces más que en Europa y cerca del doble que en Estados Unidos ([Azuara et al., 2020](#)).

Las plataformas digitales tales como DiDi y DiDi Food se volvieron una alternativa para ingresos adicionales en momentos de una caída en el nivel de empleo. Didi Chuxing (DiDi) es una plataforma de movilidad inteligente que ofrece una gama completa de servicios mediante aplicaciones en Asia Pacífico, América Latina, África y otros países, incluyendo transporte por taxi y auto privado, entrega de comida, viajes compartidos, bus, bicicletas y bicicletas eléctricas, conductor designado, soluciones automovilísticas, transporte de carga y logística, y [servicios financieros](#). DiDi ofrece a los propietarios de autos, conductores y repartidores oportunidades de generar ingresos con un horario flexible. La compañía tiene el compromiso de colaborar con los legisladores, la industria del taxi, del automóvil y las comunidades para resolver los desafíos mundiales de movilidad, el medioambiente y oportunidades económicas con innovaciones localizadas de movilidad inteligente, a través del uso de tecnología con inteligencia artificial. DiDi inició operaciones en México en 2018.

DiDi Food es la plataforma de entrega de comida de DiDi. Es la intermediaria entre restaurantes que tienen como objetivo incrementar sus ventas mediante nuevos canales, repartidores que buscan una oportunidad de ganancias flexibles, y comensales que desean una opción de comida en cualquier momento y sin tener que cocinar ni trasladarse. DiDi Food opera en México desde 2019.

La alianza entre el BID y BID Lab con DiDi y DiDi Food se establece con el fin de conocer el perfil de conductores y repartidores en México, y así explorar alternativas para el aseguramiento que se adapten a sus necesidades. Se conoce poco sobre el perfil de los conductores, en comparación con los repartidores que utilizan este tipo de plataformas, y específicamente en el contexto mexicano. Además, no se ha realizado un estudio a profundidad sobre sus preferencias por aseguramiento, incluyendo el ahorro para el retiro y el seguro de salud. Asesorar las preferencias y demanda por esquemas de aseguramiento ha sido particularmente importante durante la pandemia, en la que muchas personas se vieron afectadas al disminuir sus ingresos y en la que la falta de acceso a esquemas básicos de aseguramiento se sintió más que nunca. En este marco se realizó una encuesta a conductores y repartidores usuarios de plataformas de DiDi y DiDi Food, para conocer mejor su perfil y, así, poder informar futuros programas piloto que les ofrezcan alternativas de aseguramiento.



Dos encuestas en México: conductores que usan DiDi y repartidores que utilizan DiDi Food

Para conocer más detalles sobre quiénes utilizan estas plataformas en distintos países y entender mejor cómo reducir su situación de vulnerabilidad, el Grupo BID, DiDi y DiDi Food México se asociaron. El producto inicial de esta alianza es una encuestas a usuarios de ambas plataformas.

Se realizaron dos encuestas en México: una administrada a 583 conductores que usan DiDi, y otra a 1231 repartidores que utilizan DiDi Food. La encuesta a repartidores se llevó a cabo en agosto 2021 con un intervalo de confianza del 95%, un margen de error de +/- 3% y una representatividad a nivel nacional para repartidores activos ese mismo mes. Para la encuesta a conductores, realizada en abril de 2021, el intervalo de confianza fue del 95%, y el margen de error +/- 4.05%. Hay algunas diferencias entre las dos encuestas, ya que la administrada a conductores es más larga y detallada que la de los repartidores: la primera tuvo 34 preguntas, frente a 29 de la segunda.

Existe un potencial sesgo de autoselección (“self-selection bias”) que podría influir en la representatividad del total de conductores y repartidores de DiDi y DiDi Food por distintos motivos.

Las encuestas estuvieron diseñadas para tener representatividad de las principales variables sociodemográficas. Sin embargo, esto no es suficiente para tener una muestra completamente aleatoria por varias razones. En primer lugar, el mensaje enviado a personas invitándoles a responder a la encuesta enfatizó que estaba relacionada a las necesidades financieras, ahorro previsional y aseguramiento de los encuestados, con el fin de ofrecer soluciones innovadoras a futuro. Por ello, quienes decidieron responder podrían ser personas con más interés por temas financieros o de protección social. Segundo, al ser de participación voluntaria, podría existir un sesgo por el simple hecho de que pudieran responder a la encuesta aquellos usuarios que disponían de más tiempo, lo que pudo excluir a personas más ocupadas, como quienes se desempeñan en múltiples trabajos a la vez, o también pudo excluir a quienes hacen menos uso de la aplicación de DiDi.

La encuesta estuvo presentada en 6 módulos, los cuales tuvieron las siguientes características.

- 1) Datos demográficos:** Este módulo recoge datos básicos como género, nivel educativo, edad, ocupación además de DiDi o DiDi Food, entre otros.
- 2) Vida pos-COVID-19:** Este módulo se enfoca en cambios en el uso de DiDi desde el inicio de la pandemia. Intenta identificar quienes no manejaban con DiDi o realizaban entregas con DiDi Food antes de la pandemia, cambios en el uso de las plataformas desde la pandemia, y si la decisión de utilizar las plataformas fue influenciada por la pandemia.
- 3) Vida con DiDi/DiDi Food:** Esta sección intenta entender mejor la situación de los conductores y motivaciones para usar la aplicación.



- 4) Salud financiera y seguridad social:** Este módulo trata de medir qué tan protegidos están para afrontar riesgos a corto y largo plazo. Por eso, se preguntan sobre afiliación a sistema de pensiones, si contribuyen a su sistema de pensiones, medidas que han tomado para asegurar su futuro, instrumentos financieros con los que cuenta, afiliación a seguro de salud, entre otras preguntas.
- 5) Educación financiera:** Este módulo realiza preguntas estándares sobre conceptos básicos financieros para medir el nivel de conocimiento financiero.
- 6) Interés en servicios de ahorro:** Un último módulo se enfoca en las preferencias de los conductores frente a la posibilidad de tener un servicio que les permita ahorrar a través de DiDi y DiDi Food. Estas preguntas intentan orientar la demanda que existe entre los conductores y repartidores, y algunas de sus preferencias para esquemas básicos de protección social.

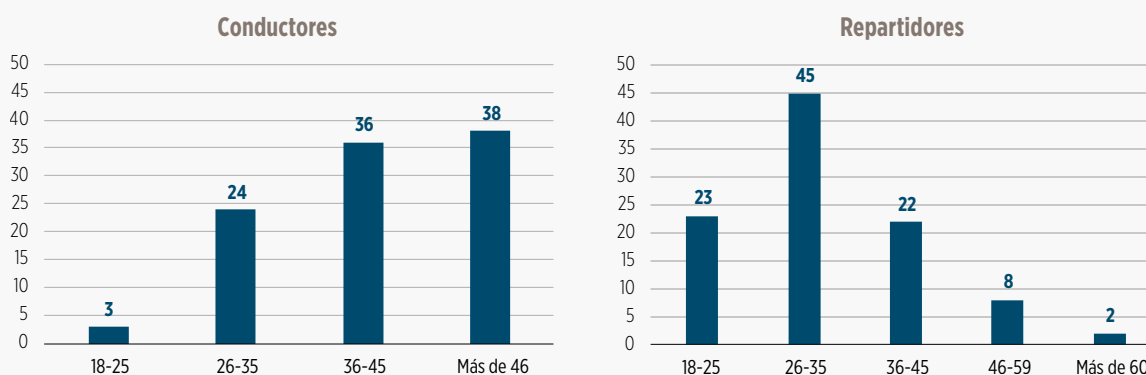
¿Quiénes son los usuarios conductores de DiDi y usuarios repartidores de DiDi Food en México?

El perfil de los conductores es distinto al perfil de los repartidores. Aunque en ambos casos, la mayoría es hombre, existe una gran diferencia en cuanto a la edad. Entre los repartidores, el 68% son menores de 35 años, mientras que, entre los usuarios conductores, el 74% tiene más de 36 años. Es decir, entre los repartidores, los jóvenes son la mayoría predominante.

CUADRO 1 • PERFIL DEMOGRÁFICO DE LOS CONDUCTORES

	Conductores DiDi	Repartidores DiDi Food
Respuestas	583	1231
Periodo de levantamiento	Mayo-junio 2021	Agosto 2021
% hombres	93%	95%

GRÁFICO 1 • RANGO DE EDAD (%)

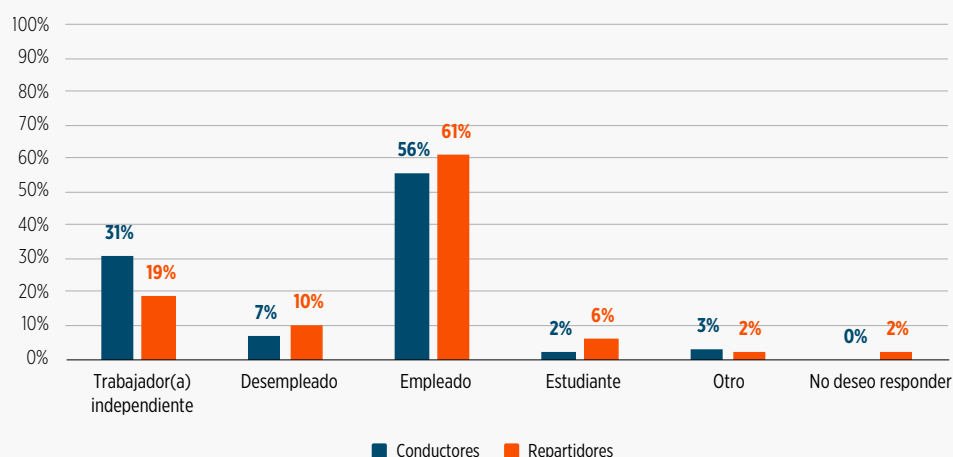


Fuente: Encuesta DiDi-BID (2021).



La encuesta indica que la falta de empleo formal es una de las razones por la que las personas optan por utilizar DiDi. Antes de unirse a DiDi o DiDi Food, la mayoría de encuestados estaban empleados. Por ejemplo, el 61% de repartidores se consideraban empleados antes de unirse a DiDi Food, y el 19% se consideraban trabajadores independientes. Para muchos, este estatus de empleo cambia al unirse a la plataforma: mientras que una gran parte indica estar empleada antes de utilizar DiDi (56%), solo el 13% reporta estar empleado en la actualidad, una diferencia de 43 puntos porcentuales. También se observa un pequeño incremento en desempleo entre el periodo previo a unirse a DiDi y la actualidad, aunque la diferencia es solo de 11 puntos porcentuales.

GRÁFICO 2 • EXPERIENCIA PROFESIONAL ANTES DE UTILIZAR DIDI Y DIDI FOOD

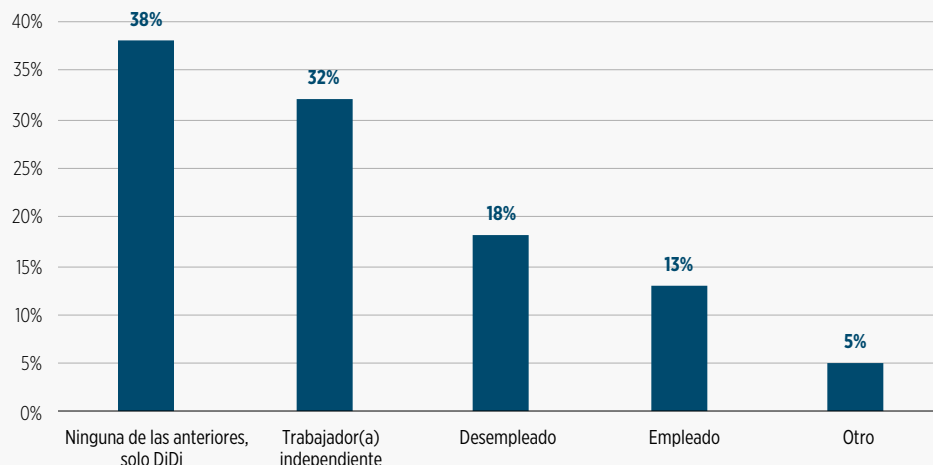


Fuente: Encuesta DiDi-BID (2021).

Al unirse a la plataforma, se observa un cambio en el estatus laboral de los conductores pasando de empleados formales a independientes. La mayoría indica que actualmente solo realiza viajes a través de DiDi (38%), o son trabajadores independientes (32%). Este cambio entre la ocupación antes y después de unirse a DiDi parece indicar que la pérdida de un empleo puede contribuir a la decisión, o que alguien que estaba empleado anteriormente valora esta nueva modalidad como una alternativa al empleo tradicional. Esta información no está disponible para DiDi Food.



GRÁFICO 3 • EXPERIENCIA PROFESIONAL EN LA ACTUALIDAD (DATOS DIDI)



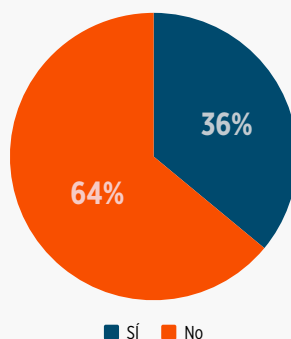
Fuente: Encuesta DiDi-BID (2021).

Nota: Respuestas de opción múltiple a la pregunta "Además de realizar viajes a través de DiDi, ¿cuál es tu ocupación?".

¿Qué valoran los conductores en la plataforma de DiDi?

Los conductores y repartidores valoran la flexibilidad que ofrece la plataforma digital. Al pedir a los encuestados calificar cuánto valoran la flexibilidad de la plataforma del 1 al 10 (10 siendo la máxima valoración, y 1 siendo la mínima), el 78% de los usuarios conductores y el 89% de repartidores eligieron 9 o 10.

GRÁFICO 4 • ¿DEJARÍA DE USAR DIDI SI SE LE OFRECIERA UN TRABAJO DE TIEMPO COMPLETO?

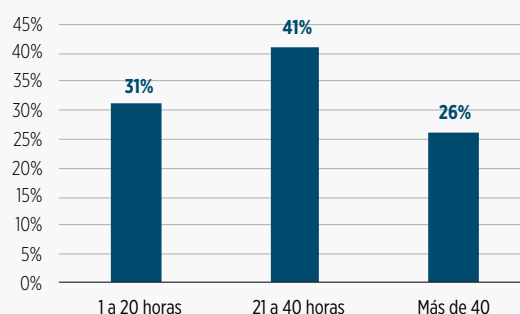


Fuente: Encuesta DiDi-BID (2021).



Los conductores prefieren conducir con DiDi por encima de un trabajo tradicional. El 64% de los usuarios conductores no dejaría de usar DiDi si tuvieran un empleo de tiempo completo asalariado. Además de altos niveles de satisfacción, existe alta lealtad, ya que el 76% lleva más de 2 años en DiDi. Algunos factores clave que podrían explicar esto es la flexibilidad horaria que ofrece la plataforma.

GRÁFICO 5 • HORAS SEMANALES MANEJANDO EN DIDI (%)



Fuente: Encuesta DiDi-BID (2021).

La variación en número de horas haciendo viajes en DiDi refuerza la importancia de la flexibilidad de la plataforma digital. Aproximadamente una cuarta parte de los conductores maneja más de 40 horas a la semana, lo que equivale a más de 8 horas diarias en promedio. A la vez, el 72% trabaja menos de 40 horas, una tercera parte menos de 20 horas y dos quintos trabajan entre 21 y 40 horas, aproximadamente. La flexibilidad que ofrece la plataforma se adapta a las distintas necesidades de los usuarios, algunos utilizándola como si fuera un trabajo de tiempo completo y otros para generar ingresos adicionales. Este dato no está disponible para DiDi Food, si bien estos resultados son muy similares a los encontrados para otras plataformas.

En la post-pandemia, la importancia de esta flexibilidad que los usuarios valoran en plataformas como DiDi y DiDi Food es más importante que nunca. Es precisamente esta flexibilidad la que permite que las plataformas digitales sean utilizadas como un seguro de desempleo en algunos casos, una forma de complementar ingresos en tiempo de crisis o, simplemente, para tener ingresos adicionales.



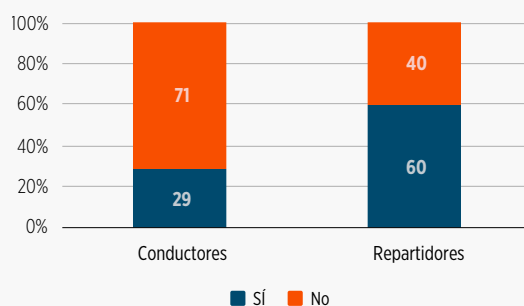
La pandemia y las plataformas digitales: ¿una opción para generar ingresos en tiempos de crisis?

Varios millones de mexicanos enfrentaron una situación de despido o reducción de ingresos durante la pandemia. En México, el momento de mayor pérdida de empleos fue abril de 2020 con [12,5 millones de empleos perdidos, según datos del Observatorio Laboral COVID-19 del BID](#). Este contexto complicado ha sido similar en el resto de América Latina y el Caribe, y ha remarcado la importancia de contar con opciones para generar ingresos que sean flexibles. Las medidas de confinamiento en muchos casos tuvieron un impacto negativo en la demanda de servicios bajo demanda que requerían mayor proximidad física, especialmente servicios de transporte en países de la región con medidas más estrictas. Sin embargo, la existencia de distintas opciones para generar ingresos de manera flexible ha sido un factor en atraer a personas con distintos perfiles al trabajo de plataforma.

Las plataformas digitales pueden servir como un recurso de generación de ingresos, convirtiéndose en un mecanismo similar a lo que sería un “seguro de desempleo”. Gracias a las bajas barreras de entrada y flexibilidad horaria las plataformas como DiDi y DiDi Food ofrecen una alternativa para quienes han perdido su trabajo, tienen ingresos bajos, o simplemente quieren ingresos adicionales.

La pandemia reforzó la importancia de una modalidad flexible de trabajo disponible para afrontar una crisis, especialmente entre los repartidores de DiDi Food. Para el 60% de los repartidores, la decisión de utilizar DiDi Food fue influenciada por la pandemia. Los grupos de edad para los cuales la pandemia tuvo mayor impacto fue entre aquellos menores a 35 años. Estos hallazgos refuerzan la idea de que algunas plataformas tienen el potencial de servir como un seguro de desempleo en tiempos de crisis.

GRÁFICO 6 • ¿INFLUENCIA DE LA PANDEMIA? % RESPUESTAS



Fuente: Encuesta DiDi-BID (2021).



En el caso de usuarios conductores, la pandemia no tuvo un efecto tan marcado. Solamente el 29% indicó que su decisión fue influenciada por la pandemia, con aquellos de entre 26-35 años siendo el grupo etario más influenciado por la pandemia (34%). Esta diferencia podría atribuirse a la reducción en la movilidad de las personas debido a las medidas de prevención y distanciamiento social, lo que pudo haber reducido también los viajes a través de la plataforma DiDi. Por otro lado, esas mismas medidas pueden haber incrementado la demanda por repartición de productos como alternativa, dado que las personas no podían o evitaban asistir a tiendas y restaurantes. A su vez, mientras que realizar viajes con plataformas como DiDi requiere mayor proximidad física por tiempos prolongados entre el socio conductor y el pasajero, la entrega de comida como DiDi Food limita el contacto entre el repartidor y el cliente, en ocasiones evitando completamente cualquier tipo de interacción.



Salud y educación financiera

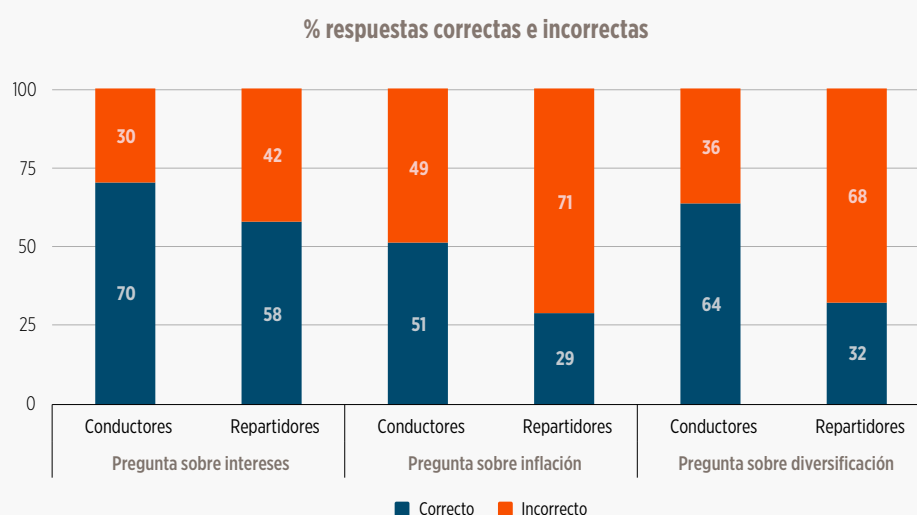
Educación financiera: ¿cuánto saben los conductores y repartidores sobre conceptos básicos financieros?

Contar con conocimientos básicos de conceptos financieros resulta importante al momento de ofrecer un producto financiero —**relacionado o no a la seguridad social**—. Estos datos son fundamentales para el diseño de las invitaciones a participar en esquemas de ahorro o aseguramiento. Por ejemplo, un mayor nivel educativo de estos conceptos facilita la promoción de un esquema de ahorro o un producto que ayude a la planificación financiera.

Para medir la educación financiera elemental, se hicieron preguntas básicas a los encuestados. Se utilizaron las tres “grandes preguntas” de educación financiera que proponen [Lusardi y Mitchell](#). Estas preguntas son utilizadas mundialmente como un estándar para medir conceptos básicos de educación financiera, incluyendo inflación, interés compuesto y diversificación financiera.

Los resultados muestran que los conductores tienen una mejor comprensión de conceptos básicos de educación financiera que los repartidores. Al realizar las tres preguntas que miden educación financiera, la mayoría de los conductores respondió correctamente. Los repartidores, por el contrario, solo lograron responder correctamente, en promedio, una pregunta sobre interés.

GRÁFICO 7 • PREGUNTAS SOBRE EDUCACIÓN FINANCIERA PARA CONDUCTORES Y REPARTIDORES:



Fuente: Encuesta DiDi-BID (2021).



INTERÉS. La pregunta básica de interés fue la siguiente: *Supón que tienes 100 pesos en una cuenta de ahorro y la tasa de interés es 2% por año. Después de 5 años, ¿cuánto crees que tendrías en tu cuenta si dejas tu dinero crecer?* Tanto los conductores como los repartidores usuarios de la plataforma lograron responder correctamente a esta pregunta. Entre los conductores de DiDi, esta tasa fue del 70%, mientras que entre repartidores fue del 58%. Esta es la única pregunta en que la mayoría de los repartidores respondieron correctamente.

INFLACIÓN. La pregunta sobre inflación fue: *Imagina que la tasa de interés en tu cuenta es de 1% por año y la inflación es 2% por año. Después de 1 año, ¿cuánto podrías comprar con el dinero en esta cuenta?* Entre los conductores usuarios de la plataforma, la mitad (51%) respondió correctamente a la pregunta, mientras que entre los repartidores usuarios de la plataforma muy pocos lo hicieron (29%). Aunque entre los conductores, esta fue la pregunta con tasa de respuesta correcta más baja, continúa siendo más alta que entre los repartidores.

DIVERSIFICACIÓN. En cuanto a diversificación, la pregunta fue: *Por favor, responde si esta declaración es verdadera o falsa: "Comprar las acciones de una sola empresa suele ofrecer un rendimiento más seguro que un fondo compuesto de varias acciones."* La mayoría de los repartidores respondió incorrectamente (68%), mientras que la mayoría de conductores respondió correctamente a la misma pregunta (64%).

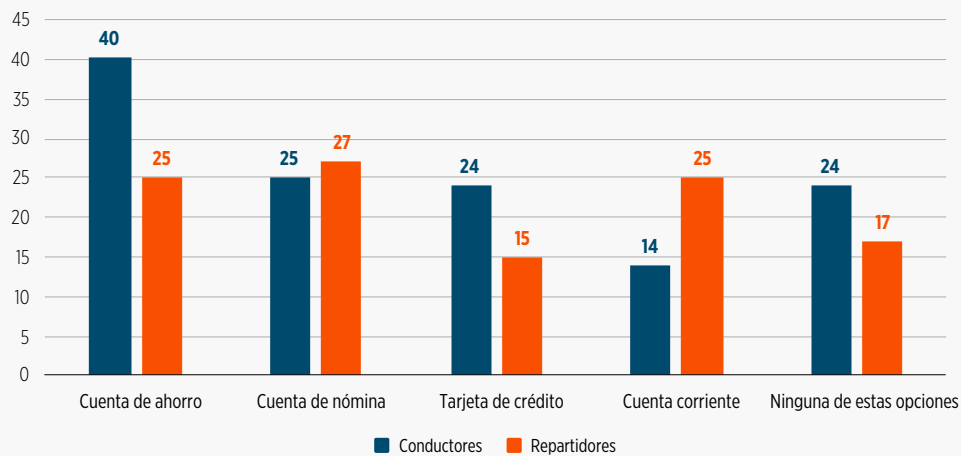
¿Tienen salud financiera los conductores y repartidores usuarios de la plataforma de DiDi y DiDi Food?

Ambos grupos tienen acceso a instrumentos financieros tradicionales, pero existe la oportunidad para ampliar su acceso a servicios financieros que satisfagan sus necesidades de forma responsable y sostenible. Entre los conductores, el 40% cuenta con una cuenta de ahorro, mientras que entre los repartidores este porcentaje es de solo el 25%, una diferencia de 15 puntos porcentuales. Además, el 24% de conductores tienen una tarjeta de crédito, comparado con el 15 % de los repartidores (diferencia de 9 puntos porcentuales). Un 24% de conductores y 15% de repartidores no tienen ninguna de estas opciones, por lo que existe una oportunidad para la bancarización y acceso a crédito.



GRÁFICO 8 • PENETRACIÓN FINANCIERA:

% de encuestados con cuentas financieras



Fuente: Encuesta DiDi-BID (2021).



La seguridad social en una era digital: ¿cómo se debe adaptar el modelo tradicional?

La generación de ingresos a través de aplicaciones de movilidad y reparto rompe con el esquema tradicional de seguridad social. El auge de la digitalización y automatización de procesos ha facilitado la prestación de servicios y bienes, conectando a prestadores de servicio con clientes de forma automatizada a través de plataformas digitales. A su vez, estas plataformas digitales eliminan la necesidad del empleador formal, teniendo implicaciones importantes en el acceso a la seguridad social. El esquema tradicional vincula la seguridad social con la situación laboral, tomando como supuesto que las personas tienen un solo empleador con una relación laboral tradicional ([Levy, 2018](#)). Para algunos usuarios de plataformas de la economía colaborativa, no tener un empleador fijo puede implicar una desconexión con la seguridad social tradicional.

Estas tendencias nos obligan a repensar cómo adaptar los esquemas de seguridad social a las diferentes modalidades laborales actuales. Surge la necesidad de encontrar esquemas para prestadores de servicios de plataformas digitales, incluido, pero no limitado a conductores y repartidores. Para atender la pregunta de cómo asegurar que los trabajadores gocen de protecciones básicas, sin eliminar la flexibilidad que valoran en las aplicaciones de movilidad, algunas propuestas incluyen pilotear soluciones que conecten a usuarios de las plataformas con aseguramiento social, como acceso a canales digitales para realizar aportaciones voluntarias para el ahorro previsional; y analizar las regulaciones y leyes del marco de seguridad social para identificar oportunidades de mejora que permitan una regulación más inclusivos de todo tipo de persona, incluyendo independientes y usuarios de plataformas digitales.

El reto de ahorro para el retiro: ¿toman medidas los encuestados para afrontar su vejez?

Desde 2016, el BID y BID Lab han utilizado la economía del comportamiento y la tecnología para incrementar el ahorro voluntario previsional de trabajadores independientes y de bajos ingresos en México, Chile, Colombia y Perú a través del [Laboratorio de Ahorro para el Retiro](#). Como parte de este proyecto, se han podido identificar algunas de las barreras al ahorro voluntario en el contexto mexicano, desde los sesgos psicológicos hasta barreras regulatorias.

La economía del comportamiento destaca algunas de las barreras al ahorro para el retiro, que puede utilizarse para interpretar los resultados de la encuesta a usuarios de DiDi y DiDi Food. La economía del comportamiento, la ciencia híbrida entre la psicología y la economía, ilustra cómo ayudar a superar barreras que impiden a las personas a cumplir con sus propósitos, incluyendo ahorrar para el retiro ([Azuara et al., 2021](#)). Entre los sesgos, se delinean algunos de los sesgos más importantes:



- **Sobreoptimismo:** la tendencia a tener una visión demasiado positiva sobre la habilidad de poder trabajar a futuro, o una tendencia a menospreciar la probabilidad de que ocurra un evento negativo, como una emergencia de salud, lo cual se traduce en más personas que piensan seguir trabajando después de la edad de retiro;
- **Sesgo hacia el presente:** la tendencia a que las personas sobrevaloren los beneficios que se obtienen hoy o en un futuro cercano por encima de aquellos que se alcanzan en un futuro más lejano. Esto se manifiesta en preferir utilizar el dinero para comprar algo hoy que invertirlo para el futuro lejano.
- **Procrastinación:** lleva a postergar decisiones que podrían favorecerle.

Los resultados de la encuesta muestran el sesgo del sobreoptimismo. Los repartidores, en particular, sobrevaloran su capacidad de seguir trabajando en la edad de retiro. El 57% de los repartidores piensa continuar trabajando al llegar a la edad de jubilación, comparado con el 23% de los conductores, o una diferencia de 34 puntos porcentuales. Una potencial explicación por el alto nivel de optimismo entre los repartidores es que son predominantemente más jóvenes que los conductores. Por ello, es posible que para los repartidores el futuro parezca más lejano y su urgencia por ahorrar para el retiro resulte menos urgente.

La mayoría de los encuestados no han tomado medidas para financiar su vejez, algo que podría estar explicado, en parte, por el sesgo de procrastinación. Inclusive entre los usuarios conductores, que son menos optimistas sobre su habilidad a continuar trabajando en su vejez, la mayoría (54%) no han tomado medidas concretas para financiarla. Es decir, saben que posiblemente no podrán trabajar al llegar a la edad de retiro, pero no han tomado acciones al respecto. Vemos la misma tendencia entre repartidores, con 68% indicando que no han tomado medidas. Entre los repartidores, el grupo que más medidas han tomado para financiar su vejez son aquellos de 45 años mientras que entre los usuarios conductores, la mayoría que han tomado medidas son los más jóvenes de 18-25 años.

GRÁFICO 9 • ¿HAN TOMADO MEDIDAS PARA FINANCIAR SU VEJEZ?



Fuente: Encuesta DiDi-BID (2021).



Una minoría planea financiarse con pensiones. No es sorprendente, entonces, que solo el 18% de los conductores y el 10% de los repartidores piensan financiarse con pensiones gubernamentales o privadas. De hecho, el 33% de los conductores y el 26% de los repartidores no han pensado cómo se va a financiar una vez que dejen de trabajar.

Aunque la mayoría tiene cuentas de pensiones, no contribuyen a ellas. El 74% de repartidores y el 83% de los conductores tienen una cuenta de ahorro para su retiro con una afore,³ pero solamente el 10% (repartidores) y 13% (conductores) contribuyó en el último año. Este dato enfatiza la necesidad por conectar a los usuarios de DiDi y DiDi Food con soluciones tecnológicas de ahorro voluntario para el retiro ya existentes. Una opción es AforeMóvil, una aplicación digital desarrollada por la Comisión Nacional de Ahorro para el Retiro (Consar)⁴ en conjunto con las afores. A través de AforeMóvil, cualquier mexicano con CURP puede revisar a qué afore está afiliado(a), abrir una cuenta afore en caso de no tenerla, llevar control de sus ahorros y realizar demás acciones todo desde su celular. A pesar de que existe AforeMóvil, solo el 19% de los usuarios conductores y el 18% de los repartidores están inscritos a esta app.

GRÁFICO 10 • ¿HAN CONTRIBUIDO A UN SISTEMA DE PENSIONES EN EL ÚLTIMO AÑO?



Fuente: Encuesta DiDi-BID (2021).

Si bien los sesgos psicológicos explican en parte las bajas contribuciones voluntarias, otra potencial razón es la baja oferta de productos de ahorro que se adecúen a la realidad de los usuarios conductores y repartidores. En muchos países de la región no existen productos que se adecúen a las necesidades de trabajadores de la economía *gig*, como en el caso de los conductores y los repartidores usuarios de la plataforma de DiDi y DiDi Food. Por ejemplo, personas que

3. AFORE, o administradora de fondos de pensiones, es una institución financiera privada que se encarga de llevar la administración de fondos para el retiro de los trabajadores afiliados a la seguridad social. En México, las AFOREs son reguladas por la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (CONSAR).

4. La Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (CONSAR) es el órgano administrativo de México que regula el Sistema de Ahorro para el Retiro. Es un organismo desconcentrado de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

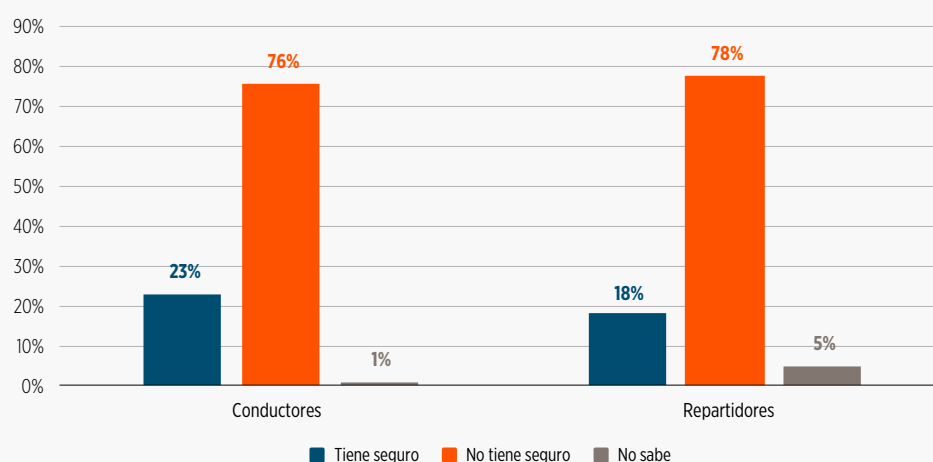


solamente generan ingresos a través de plataformas no tienen un salario mensual fijo, sino que generan ingresos que dependen de sus horas de conexión lo que lleva a que haya variaciones por semana. Ese tipo de persona requeriría un esquema que sea flexible y que le permita hacer micro aportaciones periódicas, lo cual podría incurrir un alto costo de recaudación. Aunque la app de AforeMóvil presenta una opción atractiva al permitir contribuciones voluntarias y flexibles, existe todavía un reto de que las personas lo utilicen. Por ello, hay oportunidad de pilotear nuevas herramientas, desde integración a plataformas para facilitar el proceso de ahorro voluntario desde una misma app, hasta la expansión de nuevos canales para el ahorro.

Protección de salud: ¿están preparados los encuestados para afrontar una emergencia médica?

Se observa una baja cobertura del sistema de salud entre ambos grupos. Solo un 23% de los usuarios conductores y 18% de los repartidores están afiliados a un seguro de salud. Esto deja a ambos grupos desprotegidos ante emergencias de salud, como emergencias relacionadas al COVID-19.

GRÁFICO 11 • COBERTURA DE SEGURO DE SALUD (% ENCUESTADOS)



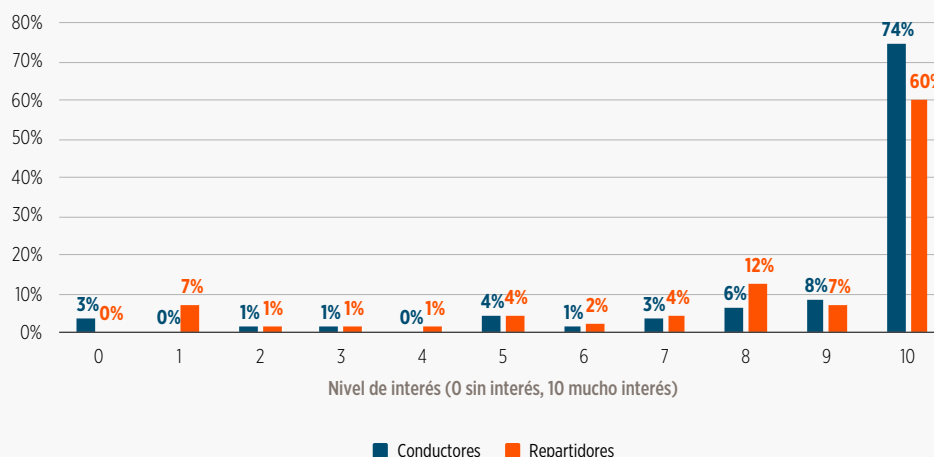
Fuente: Encuesta DiDi-BID (2021).

¿Existe demanda por mecanismos de protección básicos?

Existe una demanda por tener seguro de gastos médicos. A pesar del bajo nivel de afiliación al sistema de salud entre los conductores y repartidores, la gran mayoría indicó que tiene mucho interés en tener un seguro de gastos médicos. Al preguntarles en una escala de 0 a 10 (0 siendo ningún interés, y 10 siendo mucho interés), la gran mayoría seleccionó 10: 74% entre conductores y 60% entre repartidores.



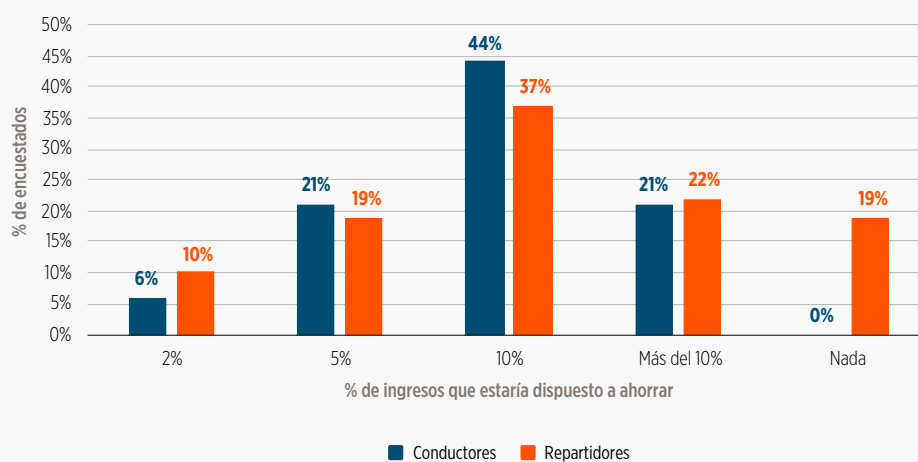
GRÁFICO 12 • INTERÉS EN SEGURO DE GASTOS MÉDICOS



Fuente: Encuesta DiDi-BID (2021)

Existe una demanda por servicios que aseguren a los usuarios conductores. La mayoría de los conductores (58%) y repartidores (68%) optarían por un programa de ahorro automático para parte de sus ganancias de DiDi. Esta opción es particularmente alta entre jóvenes de entre 18 y 25 años. Como parte de ese esquema de ahorro, la mayoría de los y repartidores ahorraría 10% de sus ingresos a través de DiDi. En el caso de los conductores, 44% ahorraría 10% mientras que entre los repartidores 37% lo haría.

GRÁFICO 13 • ¿QUÉ PORCENTAJE DE SUS INGRESOS ESTÁN DISPUESTOS A AHORRAR?



Fuente: Encuesta DiDi-BID (2021)



Conclusiones: ¿qué opciones de aseguramiento se pueden desarrollar para nuevas modalidades de generar ingresos?

Para aumentar las opciones de aseguramiento social de los trabajadores en la economía gig, es necesario entender sus realidades y preferencias. Las plataformas digitales han cambiado la dinámica de los mercados laborales y ofrecen una alternativa para generar ingresos a miles de personas usuarias en México. Adicionalmente, es importante diferenciar entre los diferentes tipos de usuarios, como pueden ser por ejemplo los conductores y los repartidores. Se puede destacar que hay marcadas diferencias en el contexto, perfil y el uso y aprovechamiento que dan los usuarios conductores y repartidores a la aplicación. Los resultados de las encuestas discutidas en este reporte ayudan a informar el debate público y regulatorio y pueden servir como herramientas para el constante fortalecimiento de la colaboración entre los usuarios, las compañías y las autoridades de distintos niveles.

Los conductores y repartidores tienen perfiles sociodemográficos y necesidades distintos. Las necesidades de conductores y repartidores varían dependiendo del tiempo que realizan esta actividad. Adicionalmente, entre los repartidores, una mayor parte fue influenciada a generar ingresos en DiDi Food por la pandemia, mientras que entre los conductores de DiDi este no fue el caso. En esta línea, existen diferencias importantes en cuanto a edad y educación financiera. Generalmente los repartidores son más jóvenes que los conductores, y tienen menos dominio sobre conceptos básicos de educación financiera.

Los dos grupos valoran la flexibilidad que ofrecen las plataformas. Uno de los valores agregados de estas plataformas es que permiten generar ingresos en cualquier momento del día que requieran los usuarios conductores o repartidores. Esto a su vez atrae personas de distintos perfiles y necesidades.

El actual sistema de seguridad social no protege a **los conductores y los repartidores ante distintos riesgos generalmente cubiertos por la seguridad social.** La realidad es que existen opciones de aseguramiento para independientes. Por ejemplo, la Consar ofrece la *app* AforeMóvil, a través de la cual se puede contribuir voluntariamente para el retiro. También existen opciones del sector privado que atienden a personas a menudo desconectadas del aseguramiento tradicional. Aunque existen estos esquemas que se ajustan a la flexibilidad del modelo de negocios de las plataformas digitales, la encuesta muestra que los repartidores y los conductores no aprovechan los esquemas existentes. Por lo tanto, están desprotegidos ante riesgos como salud, o pensiones para su jubilación.



Existe una demanda por parte de los usuarios conductores de tener acceso a mecanismos de protección generales. Aunque la mayoría de los usuarios conductores no está tomando acciones para asegurar su futuro en cuanto a pensiones o salud, tienen interés en estar mejor protegidos. Los resultados de la encuesta confirman la importancia de encontrar soluciones —vinculados o no a la seguridad social tradicional— que se adapten al estatus flexible de los trabajadores de la economía *gig* para garantizarles mayor protección ante crisis y shocks sin poner en riesgo sus ingresos.

Avanzar hacia la flexibilización de estos esquemas de seguridad social implica pilotear nuevas soluciones a viejos problemas. La encuesta identificó la oportunidad de conectar a los usuarios de DiDi y DiDi Food a utilizar herramientas ya existentes, como AforeMóvil en el caso de ahorro voluntario, dado que solo una minoría lo utiliza, muy pocos están contribuyendo, y muchos están interesados en ahorrar.

En esta línea, el BID y BID Lab continuarán la colaboración con DiDi y DiDi Food para diseñar y evaluar soluciones en México que se adapten a la realidad de los conductores y repartidores. Por ello, se ha diseñado un piloto entre DiDi, DiDi Food y el Grupo BID para promover la *app* AforeMóvil a usuarios conductores y repartidores de ambas plataformas. En una siguiente etapa, se utilizarán los resultados del piloto para identificar los cuellos de botella que puedan estar detrás de la baja cobertura de seguridad social. A través de esta colaboración, se buscarán instrumentos nuevos e innovadores a través de los cuales la tecnología, en particular las plataformas digitales, faciliten el acceso a mecanismos de protección a los usuarios de plataformas.



Citas

Azuara Herrera, O., Bosch, M., Caballero, G., Cofré, F., González, S., Hand, A., Keller, L., Rodríguez Tapia, C., Silva-Porto, M. T., Vivanco, F. (2021) [Ahorro sin barreras: Lecciones de las intervenciones del Laboratorio de Ahorro para el Retiro](#). Banco Interamericano de Desarrollo, Washington D.C.

Azuara Herrera, O.; Fazio, M.V.; Hand, A.; Rodríguez Tapia, C.; Silva-Porto, M.T. (2020). El futuro del trabajo en América Latina y el Caribe: [¿Cómo puede la tecnología facilitar la recuperación del empleo tras el COVID-19?](#) Banco Interamericano de Desarrollo, Washington D.C.

Azuara Herrera, O.; Rodríguez Tapia, C.; Vivanco, F. (2021) [Laboratorio de Seguridad Social Digital: ¿Cómo puede la tecnología mejorar la protección de los trabajadores?](#) Banco Interamericano de Desarrollo, Washington D.C.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2022). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE). Microdatos de febrero de 2022. Ciudad de México.

Levy, S. (2018). [Esfuerzos mal recompensados: La elusiva búsqueda de la prosperidad en México](#). Banco Interamericano de Desarrollo, Washington D.C.

Levy, S (2019). [Una prosperidad compartida: Transformando la seguridad social en México para crecer con equidad](#). Banco Interamericano de Desarrollo, Washington D.C.

[Llega DiDi Préstamos, la opción para acceder de manera fácil y rápida a préstamos personales en México](#) (2021). DiDi.

Lusardi, Annamaria, and Olivia S. Mitchell. 2011. [Financial literacy around the world: An overview](#). Journal of Pension Economics and Finance 10: 497-508.

[Observatorio Laboral COVID-19](#). Banco Interamericano de Desarrollo.

[Sistema de Información de Mercados Laborales y Seguridad Social \(SIMS\)](#). Banco Interamericano de Desarrollo.

Warren, E., & Tyagi, A. W. (2005). All your worth: the ultimate lifetime money plan. New York, Free Press.

