

Mejores salarios y mayor control del tiempo, las principales razones de las trabajadoras para estar en las plataformas digitales laborales del sector de belleza en la India

- El informe “*La dimensión de género en las plataformas digitales: las trabajadoras del sector de la belleza y sus clientas en la India*” tiene como objetivo aportar conocimiento sobre las experiencias de las mujeres en las plataformas digitales de trabajo
- Fruto de la colaboración entre Digital Future Society y el International Institute of Information Technology de Bangalore, el estudio se basa en las experiencias de las propias trabajadoras y clientas que utilizan las plataformas online, en auge en la mayoría de las regiones del país.

Barcelona, 6 de octubre de 2021.- [Digital Future Society](#) y el International Institute of Information Technology de Bangalore (IIIT) han lanzado el informe [La dimensión de género en las plataformas digitales: las trabajadoras del sector de la belleza y sus clientas en la India](#). La presentación ha contado con la colaboración de Casa Asia y han participado los embajadores de España y la India, así como los investigadores principales de las dos instituciones que han elaborado este estudio.

El informe tiene como objetivo aportar conocimiento sobre las experiencias de las mujeres en las plataformas digitales de trabajo en sectores altamente feminizados como el sector de la belleza. Se trata de un análisis en profundidad de las experiencias tanto de trabajadoras como de las clientas que utilizan este tipo de plataformas en la India. Las plataformas digitales de trabajo se han afianzado en los mercados laborales a nivel global. Carlos Grau, CEO de Mobile World Capital Barcelona afirma que "en el momento actual somos testigos de una tendencia creciente que pone de manifiesto una nueva relación entre trabajadores y clientes a través de plataformas digitales. India es un caso claro a observar, ya que es uno de los mercados tecnológicos más grandes y de más rápido crecimiento con el 8% de las plataformas del mundo".

Como destaca José María Ridaó, embajador de España en la India, "a veces no sentimos que la tecnología sea una herramienta, pero es una herramienta muy potente. En el caso de este mundo digital, es muy poderosa. Es importante recordarlo porque debemos elegir implementar estas tecnologías emergentes y considerar los aspectos sociales y económicos que conciernen. La pandemia nos ha permitido reflexionar sobre cómo estas nuevas tecnologías pueden ser utilizadas para abordar esta brecha social e integrar nuestras sociedades". Además, Sanjay Verma, embajador de la India en España, ha añadido que "la pandemia sugiere un periodo de cierto estrés para las oportunidades laborales y, lo que es más importante, para las trabajadoras, que han sufrido como refleja este informe. El acceso a los equipos digitales se queda atrás cuando se trata de mujeres y esto debe abordarse urgentemente".

Asimismo, Cristina Colom destaca la importancia del estudio conjunto entre Digital Future Society e IIITB “se trata del primer informe con foco de género en las plataformas digitales que pretende ser un primer paso hacia futuras comparativas entre diferentes sectores y países centradas en las experiencias de los trabajadores, pero también en la diversidad de los modelos de negocio existentes dentro de las plataformas laborales y su impacto en la economía y los propios trabajadores”. Como comenta Olivia Blanchard, investigadora de la Think Tank de Digital Future Society y coautora del informe, “es muy importante ver qué está pasando más allá de nuestras fronteras y prestar atención a países con una economía de plataformas tan avanzada como India. De hecho, en España ya hay apps que ofrecen pedicuras y manicuras a domicilio en varias ciudades y el sector podría crecer más en los próximos años”.

Un programa de



VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



Las claves del informe: el salario, la flexibilidad horaria y las oportunidades laborales, incentivos principales de las trabajadoras

Según el estudio, las empleadas de las dos plataformas que operan en el país (Urban Company y Yes Madam) se sienten atraídas por el trabajo en las plataformas digitales laborales principalmente porque se les ofrece un salario más alto y mejores oportunidades de empleo. La conciliación de la vida personal y profesional es otra de las claves, gracias a la flexibilidad y las condiciones laborales que obtienen, ya que, en su mayoría, ganan más del salario mínimo mensual en comparación con un salón de belleza convencional. Esto conlleva que, en general, también puedan incrementar su capacidad de ahorro.

El perfil de las empleadas es de mujeres con una media de edad de 32 años y solo los estudios secundarios completados. De entrada, las empresas no requieren ningún título específico a las trabajadoras, aunque sí que ofrecen formaciones iniciales y continuadas de todos los servicios.

A nivel contractual, todas trabajadoras son autónomas, pero las plataformas imponen normativas y controlan aspectos clave de su actividad. Como ejemplifica Balaji Parthasarathy, investigador del International Institute of Information Technology de Bangalore, "las plataformas esperan que los trabajadores compren todos sus productos a través de la empresa, es rentable para ellos, pero también protege a los trabajadores de la responsabilidad si ocurre algo. Este aspecto también es bien recibido por las clientas, ya que saben de dónde viene el producto y su calidad". Otro aspecto analizado por las empresas es la puntualidad o explicación cuando alguna trabajadora no acepta algún servicio y se les exige que envíen actualizaciones de sus movimientos en la aplicación.

Las valoraciones por parte de las clientas es el aspecto que más preocupa a las trabajadoras de las plataformas, ya que repercuten directamente en su posicionamiento y capacidad laboral. Las clientas valoran en una escala del 1 al 5 (en el caso de Yes Madam) o de 0 a 5 estrellas (en Urban Company), el servicio ofrecido. Desde Urban Company se espera que las trabajadoras reciban valoraciones de mínimo 4 estrellas o más para seguir formando parte de la compañía. Si las valoraciones bajan de cuatro, las trabajadoras no pueden aceptar ningún servicio y su perfil en la plataforma se bloquea: solo pueden volver a la actividad después de asistir a un nuevo curso de formación relacionado con los aspectos que peores valoraciones recibieron.

Perfil de las clientas: la comodidad, el ahorro de tiempo y el precio, principales motivos para solicitar los servicios

Según el estudio, el principal incentivo para que las clientas soliciten los servicios de belleza y cuidado a través de las plataformas digitales es el ahorro de tiempo. Preeti Mudliar, investigadora en el International Institute of Information Technology de Bangalore, destaca que "los salones de belleza *offline* son un desafío por varios aspectos: citas, viajes diarios y otras dependencias que se suman a la dedicación, por ello, muchas mujeres buscan formas de minimizar el esfuerzo y el tiempo dedicado a relajarse o consumir un servicio mediante plataformas digitales".

Además, les resulta práctico poder determinar las franjas horarias en las que pueden programar los servicios, en lugar de pedir cita en los salones, evitando, además las aglomeraciones de los centros habituales. Por último, el precio también es un aspecto clave: la gran mayoría de clientas valoran positivamente que las tarifas que ofrecen las plataformas digitales sean más económicas que los salones de belleza.

A pesar del auge de este tipo de servicios en la India, hay algunos servicios como los relacionados con el cabello, servicios de spa u otros tratamientos simples, como la depilación facial, que siguen siendo feudo de los salones de belleza convencionales. La confianza en los profesionales que siempre las han atendido o poder obtener el servicio sin cita previa decantan la balanza en estos casos.

Sobre la valoración de las empleadas, la mayoría de las clientas mostraron indiferencia respecto a las que les atendían, aunque todas afirmaron leer los comentarios y opiniones antes de escogerla. Recientemente, Urban Company instauró la posibilidad de valoración inversa, es decir, por parte de las trabajadoras sobre la clienta. No obstante, la penalización por rechazar un trabajo de este tipo suele ser la comisión que se obtendría por ese servicio. Y, si una trabajadora no acepta al menos el 80% de los encargos exclusivos, se arriesga a que se bloquee su perfil en la aplicación.

La Covid-19 y las plataformas digitales de trabajo

Como en todos los sectores, la pandemia de la Covid-19 también ha afectado a las trabajadoras de las plataformas online y a sus propias clientas, en especial cuando las restricciones fueron más exigentes. Muchas clientas aseguran haberse aplicado los tratamientos ellas mismas. La pandemia tuvo unas consecuencias más graves para las empleadas. La mayoría de ellas se quedaron sin ahorros hasta que las medidas se suavizaron y pudieron volver a trabajar. Urban Company ofreció un préstamo a las trabajadoras mientras que Yes Madam no proporcionó ningún tipo de ayuda.

Un programa de