

RADIOGRAFÍA A LOS TRABAJADORES DE PLATAFORMAS DIGITALES

En este brief, utilizamos bases de datos experimentales del INE, con el fin de caracterizar a los trabajadores de plataformas digitales que hay en Chile. Este tipo de análisis es pionero en el país, permitiendo entender por primera vez, quiénes son, en qué plataformas trabajan, y cuáles son sus condiciones laborales.

¿Quiénes son, en qué
plataformas trabajan y
cuáles son sus
condiciones laborales?

Introducción

En enero de 2014, Uber, la popular aplicación de transporte de personas en el mundo, comenzó a operar en Chile. Desde entonces a la fecha, una multitud de plataformas digitales han arribado al país. Estas plataformas ya no solo están enfocadas en el negocio del transporte de personas, sino también de comida y de paquetes en general, el que ha sido mucho más notorio producto de la pandemia. Al mismo tiempo, también por las restricciones a la movilidad que supuso el control de la pandemia, el comercio de bienes a través de las redes sociales ha tomado fuerza.

Las plataformas digitales son la principal expresión de la denominada *gig economy* que, en términos simples, prometía dar flexibilidad a sus trabajadores, una rápida respuesta a la demanda de los usuarios, y a menores precios que su competencia tradicional. Esta nueva economía también incluía nuevas formas de relacionarse, dado que las actividades están mediadas por algoritmos que toman decisiones en función de la información que se obtiene a través de las plataformas, como la evaluación de los usuarios o interacciones como “me gusta” y “compartir”.

Pese a su relativa notoriedad, las estadísticas oficiales de empleo de Chile no identificaban este tipo de trabajos. En otras palabras, no era posible saber cuántas personas se desempeñaban en estas labores, cuál era el perfil sociodemográfico de estas personas, en qué aplicaciones trabajaban y por cuánto tiempo. Estos trabajos son, en general, percibidos como precarios, aunque no ha sido posible establecer la magnitud de este problema toda vez que no había información sobre estos trabajadores. Sin embargo, eso cambió recientemente. El Instituto Nacional de Estadísticas (INE) liberó una serie experimental de preguntas incluidas en la Encuesta Nacional de Empleo (ENE) que abordan aspectos del trabajo en plataformas digitales. Si bien se menciona que no existe una definición estandarizada al respecto de las ocupaciones en plataformas digitales, el INE trabaja con la siguiente definición: “*una ocupación que es realizada mediante una aplicación móvil o plataforma Web cuando ofrece bienes y servicios utilizando exclusiva o predominantemente algún medio que implique el contacto remoto con los clientes, ya sea a través de Internet (plataforma Web) o desde un celular (aplicación móvil o app)*”. La serie se encuentra disponible desde la encuesta del trimestre enero-marzo de 2020 hasta la última entrega a la fecha que corresponde a la encuesta del trimestre abril-junio de 2022.

El objetivo de este texto es caracterizar a las personas cuya ocupación principal es el trabajo en plataformas digitales. En concreto, buscamos establecer cuántas personas se desempeñan en estas labores, el perfil sociodemográfico de estos trabajadores, en qué aplicaciones trabajaban y por cuánto tiempo y presentar algunos indicadores que nos permitan obtener una primera aproximación de la precariedad de este tipo de empleos.

Datos empleados

Con este fin analizaremos la serie de 28 encuestas de la ENE, elaboradas por el INE, que incluyen estas preguntas. Cada base de datos cuenta con cerca de 90 mil datos correspondientes a los entrevistados en el trimestre móvil determinado. A modo de referencia, la última encuesta disponible tiene cerca de 95 mil entrevistas, de las cuales 38 mil corresponden a ocupados, y de los cuales, 832 personas declaran trabajar en plataformas digitales. Al momento de presentar los datos respetaremos el formato de trimestres móviles. Cuando los mencionamos en el texto nos referimos a cada trimestre por último mes que compone el trimestre (e.g. el trimestre enero-marzo de 2020 corresponde al dato de marzo de 2020). Esta simplificación ayuda a aliviar la lectura y es usualmente utilizada al momento de referirse a los datos de desempleo, que siguen la misma estructura.

Adicionalmente, es importante aclarar que los datos acá presentados consideran a los trabajadores cuya actividad principal (es decir, a la que más horas dedican o que genera la mayor parte de su ingreso) es el trabajo en plataformas digitales. Esto se hace por dos motivos. En primer lugar, la cantidad de trabajadores que tienen este tipo de empleo como actividad secundaria es muy pequeña. En segundo lugar, porque aquellos trabajadores que tienen más de una ocupación no suelen ser comparables con aquellos que tienen solo una.

Por último, es importante mencionar que la serie aún se encuentra en etapa “experimental”, lo que implica que, para varios trimestres, especialmente los primeros de la serie, la inferencia estadística que se puede hacer es más bien limitada. Esto se debe, entre otros motivos, tanto al periodo en que la serie se inicia –a comienzos de la pandemia– como a la dificultad de que este tipo de trabajadores responda encuestas como la ENE. Por esa razón, en este texto usaremos los intervalos de confianza de las estimaciones.

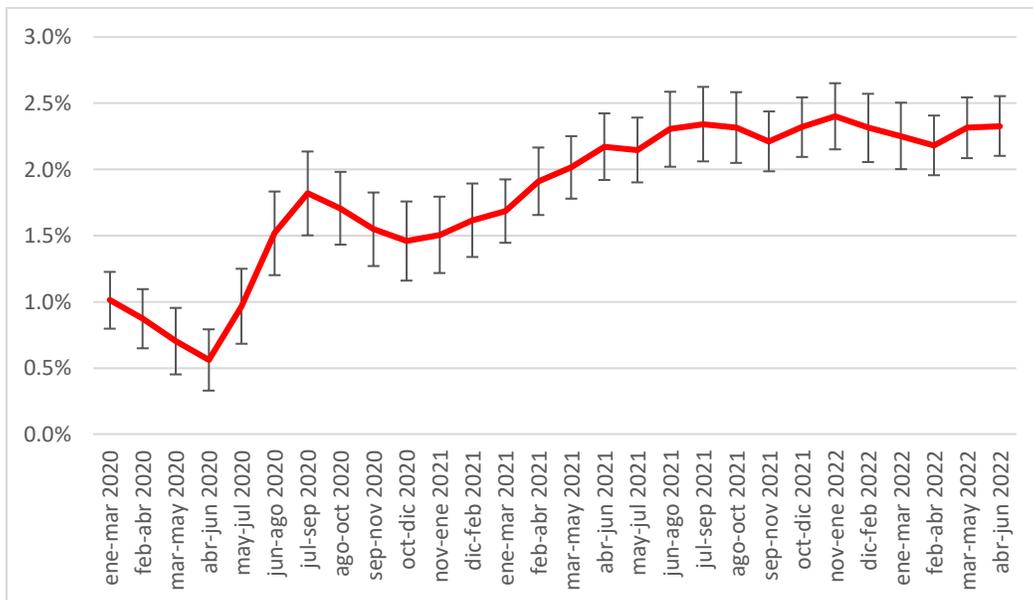
¿Cuántos son?

Los datos nos indican que el porcentaje de los ocupados que realiza trabajos en plataformas digitales se mueve actualmente en torno al 2,3% de los trabajadores ocupados del país, lo que implica aproximadamente 205 mil trabajadores para los últimos meses de esta serie. También se observa que, durante los primeros meses de la pandemia, dicha proporción cayó desde el 1% al 0.5% (ver Gráfico 1). Esto se debe a la contracción generalizada del empleo entre los meses de marzo y julio de 2020, que llegó a 20%, mismo periodo en que los ocupados en plataformas digitales se contrajeron 56%. Posteriormente, entre junio y septiembre de 2020, se observa una expansión en la ocupación en plataformas digitales, debido a que este tipo de empleos se expandió 235%, al mismo tiempo que el resto de los empleos se expandió 3%.

¿Qué ocurrió aquí? Una potencial explicación es que el miedo al contagio del virus fuese una razón fuerte para no trabajar en ciertas plataformas, cuyas tareas involucran contacto con personas. De hecho, Bravo, Castillo y Hughes (2020) –y posteriormente los datos de la ENE– muestran que una importante proporción de las personas dejó de participar del mercado laboral por miedo al contagio del virus. Posteriormente, una vez concluido el primer periodo de cuarentenas en Chile, es posible que la necesidad haya obligado a estos trabajadores a volver a sus ocupaciones, sin embargo, no tenemos datos que permitan evaluar esta hipótesis.

Desde septiembre de 2020 a la fecha vemos una continua expansión del porcentaje de ocupados en plataformas digitales (ver Gráfico 1). Esto se debe a que, en dicho periodo, la expansión de la ocupación fue de 20%, mientras que el segmento de los trabajadores de plataformas digitales creció 54%.

Gráfico 1 – Porcentaje de trabajadores de plataforma digital



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo. Trimestres Enero-Marzo 2020 a Abril-Junio de 2022. Intervalos de confianza al 95%.

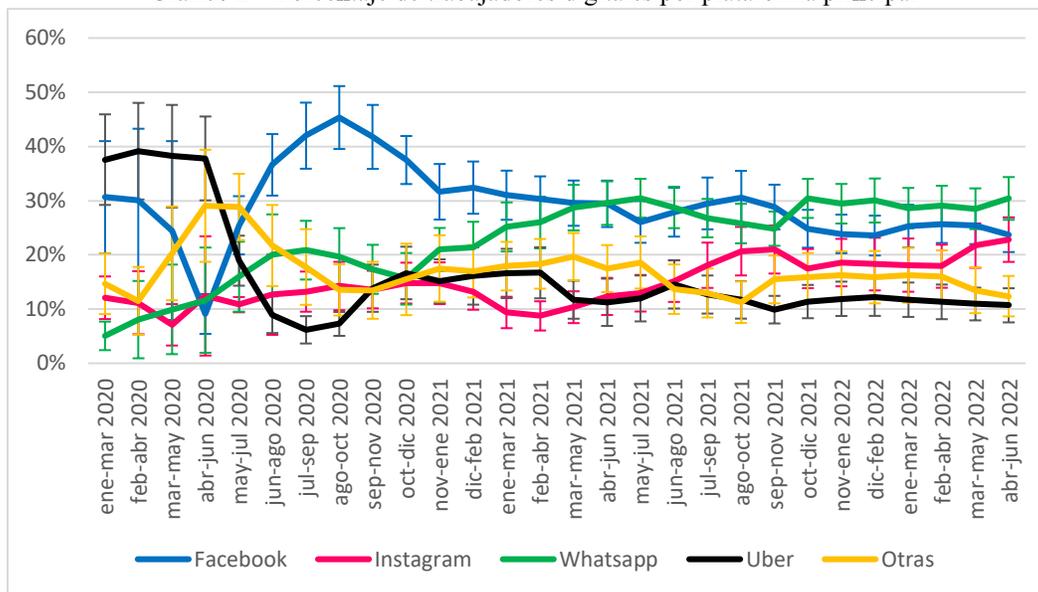
¿Cuáles son las plataformas digitales más populares para los trabajadores en Chile?

Si bien es posible que cuando se habla de trabajadores de plataformas digitales se piense –como mencionamos en la introducción– en trabajadores de aplicaciones de transporte de pasajeros (e.g. Uber, Cabify) o *delivery* de comida (e.g. Rappi, PedidosYa), en realidad estos trabajadores son una minoría dentro de aquellos que trabajan en plataformas digitales. Esto se debe a que el concepto de “trabajador de plataforma digital” no está circunscrito solamente a dichas aplicaciones; es más amplio y, por cierto, incluye la provisión de bienes y servicios a través de Internet (como Facebook, Instagram o WhatsApp) o la creación de contenidos (en Youtube, Instagram o Tiktok), entre otros.

Dentro de las preguntas que incluyó el INE, se encuentra una que solicita reportar las plataformas que utilizan en su trabajo. En una primera aproximación, sólo consideraremos la primera plataforma mencionada. Esto quiere decir, que si alguien menciona que usa Facebook e Instagram, se considerará a Facebook como plataforma principal.

Así, WhatsApp es la plataforma principal de quienes se emplean en la *gig economy*, ya que cerca del 30% de los ocupados en dichas plataformas la declara en primer lugar, y con una diferencia significativa del resto de las plataformas (ver Gráfico 2). Facebook e Instagram comparten el segundo lugar, con diferencias no significativas en la última medición, y una magnitud en torno al 25%. Un caso interesante es el de Uber. Esta plataforma tenía un importante lugar previo a la pandemia, e incluso alcanzó su mayor presencia a comienzos de esta. Sin embargo, a partir del trimestre abril-junio de 2020 se observa la caída relativa en el uso de esta aplicación, a la vez que se observa el auge de Facebook, y de otras plataformas como WhatsApp e Instagram. Con el tiempo, Uber se estabiliza en torno al 10% de los ocupados en plataformas digitales, teniendo una magnitud muy similar a todo el resto de las plataformas consideradas.

Gráfico 2 – Porcentaje de trabajadores digitales por plataforma principal



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo. Trimestres Enero-Marzo 2020 a Abril-Junio de 2022. Intervalos de confianza al 95%.

Una segunda forma de clasificar el uso de plataformas es por su uso extensivo, es decir, por la cantidad de veces que cada plataforma es mencionada, sin importar la posición en la que es reportada. Este análisis permite ver cuáles son las plataformas más utilizadas por los trabajadores. En particular destacamos que cerca del 35% de los trabajadores de plataformas digitales utiliza WhatsApp en alguna medida, siendo este número estadísticamente distinto del resto. Por su parte, Facebook e Instagram comparten el segundo lugar, siendo utilizadas por cerca del 30% de los trabajadores, sin diferencias estadísticamente significativas entre sí. Más atrás se ubica Uber, con cerca de un 11% de uso de los trabajadores, aunque presenta diferencias estadísticamente significativas con las plataformas que le siguen. Por último Cornershop, Pedidos Ya, Rappi, Didi, Mercado Libre y Uber Eats logran consistentemente una participación mayor a cero durante la medición, pero no logran superar el 5% en general, y no presentan diferencias estadísticamente significativas entre ellas.

Por último, una tercera forma de evaluar el tipo de plataformas más utilizadas consiste en clasificarlas en tres categorías: venta de bienes y servicios, transporte de personas, y transporte de comida. Para llevar a cabo esta clasificación consideramos solo la primera aplicación declarada, ya que hay una cantidad menor de trabajadores que reporta plataformas de categorías cruzadas (como WhatsApp y Uber, lo que sería equivalente a trabajar vendiendo cosas en línea y transportando personas simultáneamente).

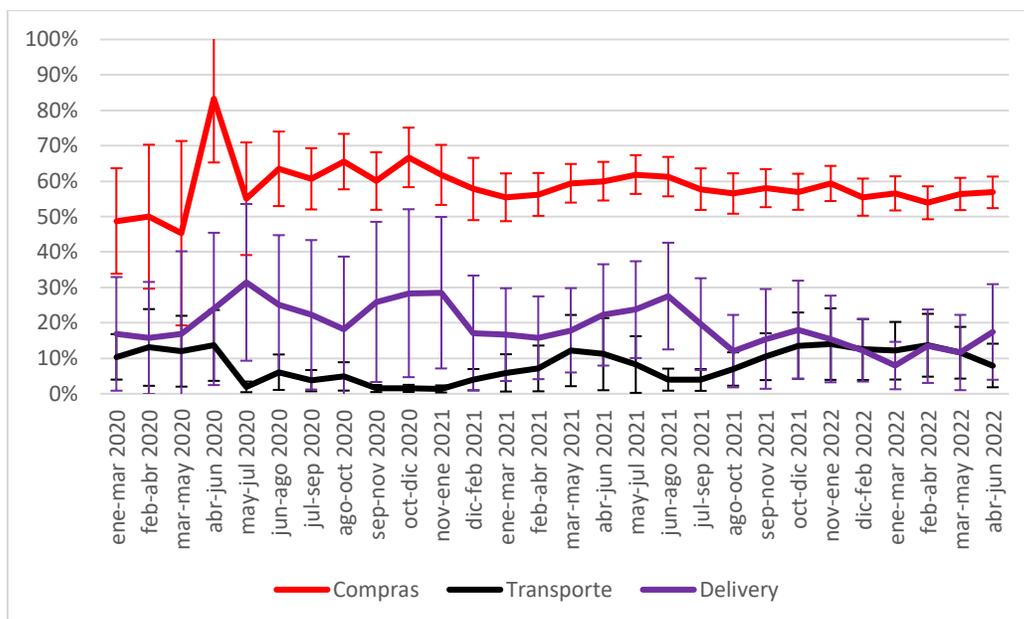
Así, cerca del 80% de los trabajadores de plataformas digitales emplea aplicaciones ligadas a la compra de bienes y servicios. Las aplicaciones de transporte y de *delivery* emplean a cerca del 10% de este tipo de trabajadores cada una. Es interesante notar que, en la etapa temprana de la pandemia, los trabajadores que se desempeñaban en transporte eran similares en número a los de plataformas de compras, pero tras el avance de la pandemia, las diferencias crecieron y luego se mantuvieron estables hasta la situación actual.

¿Cómo son?

Se suele pensar que, en general, los empleos usando plataformas digitales tienden a ser ocupados por hombres, sin embargo, la diferencia es menor de la que se podría esperar. De hecho, desde la estabilización post inicio de la pandemia, cerca de 45% de los trabajadores de plataformas digitales son mujeres, mientras que en la

economía tradicional la proporción es cercana a 40%. Así, en las plataformas digitales, existe una presencia más equilibrada entre géneros que en el resto del mercado laboral.

Gráfico 3 – Porcentaje de trabajadoras mujeres por tipo de plataforma digital



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo. Trimestres Enero-Marzo 2020 a Abril-Junio de 2022. Intervalos de confianza al 95%.

La explicación a este fenómeno se encuentra en la proporción de mujeres que trabaja en las plataformas digitales de compras de bienes y servicios. Como se puede apreciar en el Gráfico 3, las mujeres fueron una proporción importante de dicho sector –el más grande del segmento de las plataformas digitales y que se expandió después del término de las primeras cuarentenas en 2020– y actualmente son mayoría. Esto contrasta con la bajísima proporción de mujeres en los segmentos de transporte de personas y *delivery*. También es relevante mencionar que las mujeres que trabajaban en *delivery* eran mayores en proporción a aquellas que trabajaban en transporte, durante gran parte de la serie, aunque en los últimos trimestres las diferencias no son estadísticamente significativas.

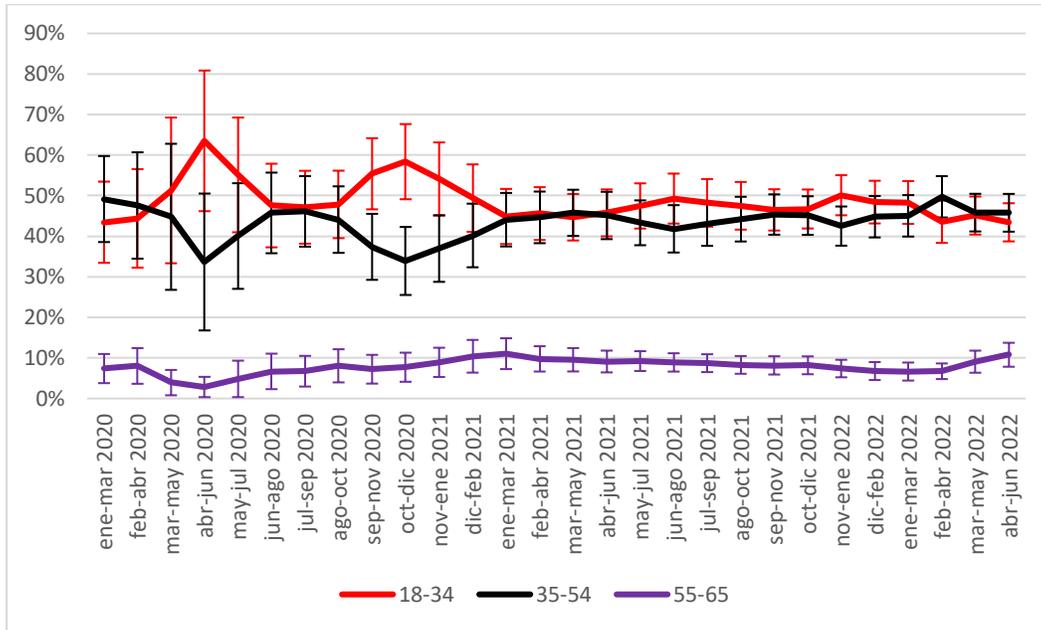
El auge de las plataformas digitales en Chile es relativamente reciente y su masificación se dio durante la década pasada. Por esa razón, cabría esperar que la mayoría de sus trabajadores sean nativos digitales, o al menos, personas con niveles usuario de las distintas tecnologías que se requiere manejar para desempeñar estos trabajos, y por lo tanto, se trate de personas relativamente jóvenes.

Como se puede observar en el Gráfico 4, los trabajadores en el tramo de 18-34 años están presentes en proporciones en torno a 45% en el mercado de las plataformas digitales. Esta cifra es superior al 35% de personas en ese segmento etario que se emplean en trabajos tradicionales, por lo tanto, es cierto que las personas más jóvenes tienden a seguir esta línea de trabajo. Por su parte, los trabajadores en el tramo 35-54 años se encuentran presentes en una magnitud similar (en torno a 45%) a la de empleos tradicionales (en torno a 48%). Sin embargo, quienes sí se encuentran subrepresentados, y esto está en línea con las brechas digitales, son los trabajadores mayores de 55 años, cuya ocupación de empleos en plataformas digitales se ubica en torno a 10% en las últimas mediciones, pero en el mercado tradicional ocupan el 17% de los puestos de trabajo.

Respecto al país de origen, vuelve a ocurrir que los datos contradicen la intuición de que los inmigrantes son mayoría. De hecho, los trabajadores inmigrantes en plataformas digitales son una minoría, que tras la estabilización después de la primera cuarentena masiva en Chile ocuparon cerca del 20% de estos cupos de trabajo, y en los últimos meses han convergido al 15%. Sin embargo, sí es cierto que su presencia en las

plataformas digitales es mayor a su presencia en la economía tradicional, en donde actualmente ocupan en torno a 10% de los puestos de trabajo.

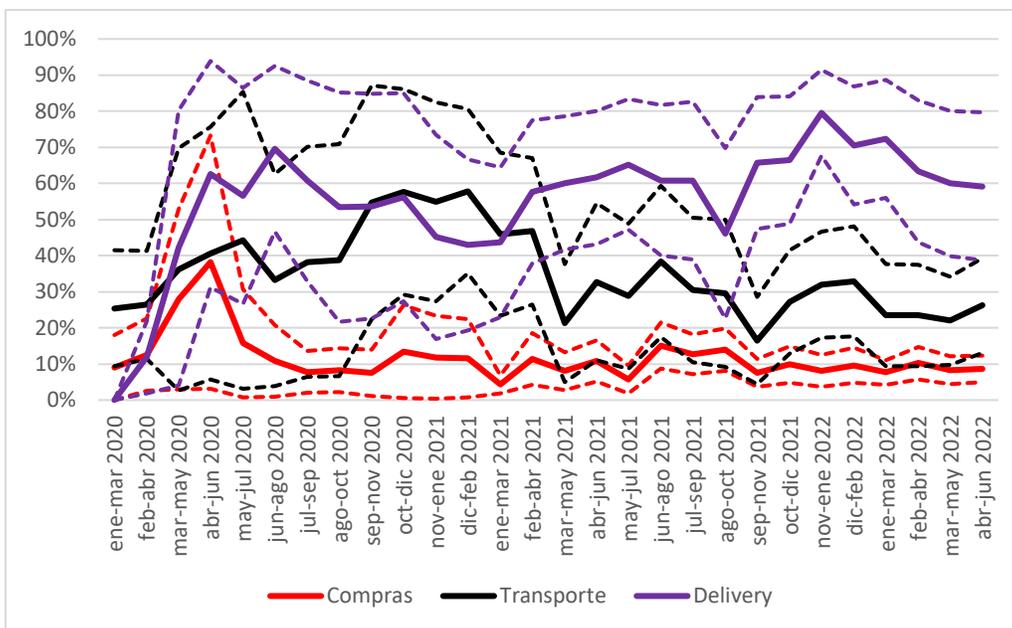
Gráfico 4 - Distribución de trabajadores digitales por grupo etario



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo. Trimestres Enero-Marzo 2020 a Abril-Junio de 2022. Intervalos de confianza al 95%.

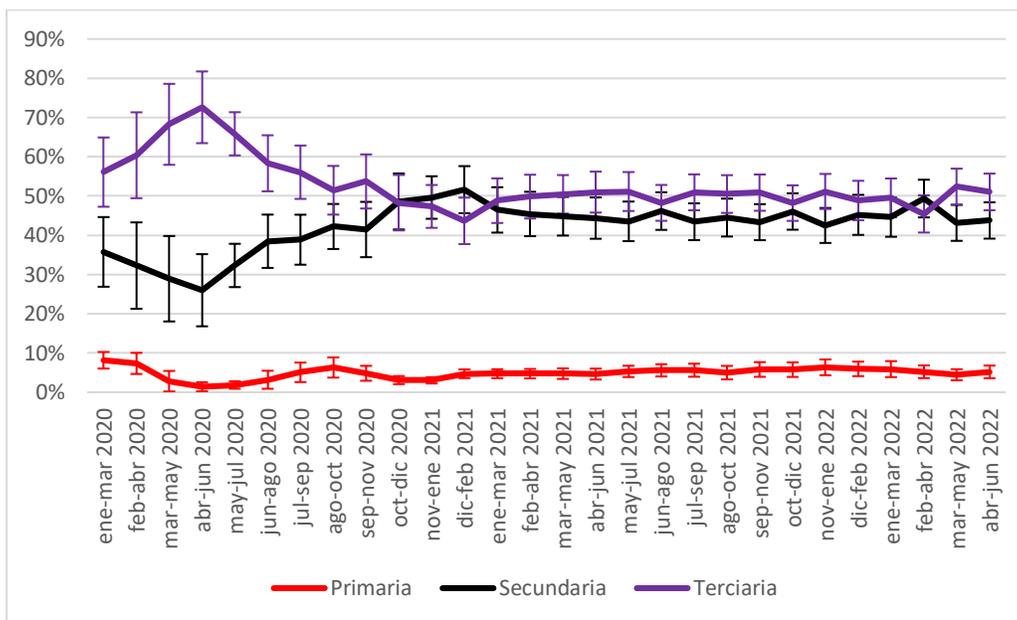
Al respecto, también es interesante estudiar cómo las diferencias de nacionalidad se dan al interior de las categorías de plataformas digitales. Hacia el final de la serie se observa que los inmigrantes se encuentran en mayor proporción en las plataformas de *delivery*, obteniendo una proporción cercana al 60% del total (ver Gráfico 5). Después, con bastante diferencia, le siguen los trabajadores de transporte, en donde los trabajadores inmigrantes son cerca del 25% del total. Por último, y también con una diferencia relevante, solo un 10% de los trabajadores de plataformas de compras es inmigrante.

Gráfico 5 - Proporción de trabajadores inmigrantes por tipo de plataforma



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo. Trimestres Enero-Marzo 2020 a Abril-Junio de 2022. Intervalos de confianza al 95%.

Gráfico 6 – Trabajadores de plataformas digitales por nivel educacional



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo. Trimestres Enero-Marzo 2020 a Abril-Junio de 2022. Intervalos de confianza al 95%.

De esta forma, nuevamente el sector de compras logra alterar la percepción sobre los trabajadores de plataformas digitales, ya que al tener trabajadores mayoritariamente nacidos en Chile, y contar con un 80% del total de los trabajadores de plataforma, logra anular el efecto que tiene la inmigración en las personas empleadas en las plataformas de transportes y *delivery*.

Por su parte, en cuanto a nivel educacional, en general se trata de personas con algún grado de educación terciaria (i.e. técnica de nivel superior o universitaria), seguidos muy de cerca por personas con educación secundaria (i.e. personas con educación media). Las personas con educación primaria (i.e. básica) son bastante pocas. Esto se puede deber a que el uso de estas plataformas requiere ciertas habilidades digitales, lo que es difícil de alcanzar para personas que solo tengan educación primaria.

Si comparamos con el sector de empleos tradicionales de la última encuesta, un 51% de los trabajadores de plataformas digitales contaba con algún grado de educación terciaria, mientras que en el sector tradicional dicha proporción alcanza el 44% (ver Gráfico 6). Por su parte, los trabajadores digitales con educación secundaria alcanzan el 44% del total, siendo similar al nivel encontrado en el sector tradicional. Por último, y reafirmando la hipótesis de que son necesarios conocimientos digitales mínimos para trabajar en dicho sector, la proporción de trabajadores digitales con educación primaria es solo el 5%, mientras que en el sector tradicional es el 16%. De esta forma, en términos generales, los trabajadores de plataformas digitales poseen mayores niveles de educación que los trabajadores de sectores tradicionales.

¿Cómo se descompone esto entre los tipos de plataformas? Al hacer la separación, se observa que, en las últimas mediciones, la educación terciaria es dominante en el grupo de trabajadores dedicado a las plataformas de *delivery* (64%), seguido de las plataformas de compras (51%), y por último por las plataformas de transporte de personas (45%) (ver Gráfico 6). Por su parte, la educación secundaria es liderada por las plataformas de transporte de personas (50%), posteriormente las plataformas de compras (44%), y finalmente las de *delivery* (36%). Las diferencias para sumar 100% están dadas por el porcentaje de trabajadores digitales con educación primaria, siendo esta prácticamente cero para los trabajadores de plataformas de *delivery*.

Por último, ¿es este tipo de trabajo más común en la región Metropolitana que en el resto del país? Quizás pueda sorprender, pero la distribución como porcentaje de los ocupados totales es similar entre ambos grupos. De hecho, en las últimas mediciones, 2,2% del total de ocupados se dedicaba a trabajos en plataformas digitales en Santiago, mientras que un 2,4% lo hacía en regiones.

¿Cuáles son sus condiciones laborales?

Una primera forma de entender las condiciones laborales de los trabajadores de plataformas digitales es estudiar sus categorías ocupacionales. Al observar los últimos meses de la serie, se desprende que una gran mayoría de estas personas trabajan a cuenta propia (71%), seguidos de aquellos que son asalariados del sector privado (18%), quedando el resto (11%) entre diferentes categorías ocupacionales como empleador o asalariado del sector público. Esto, en principio, es indicador de un trabajo inestable y sin acceso a la seguridad social.

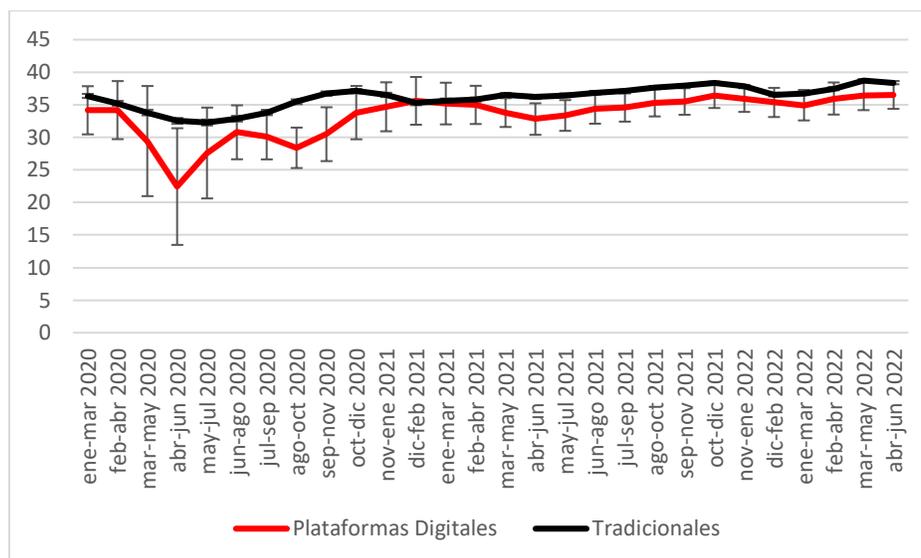
Dado lo anterior, parece relevante estudiar sobre esta eventual precariedad. En particular, nos interesa saber si tienen contratos de trabajo, si se les paga cotizaciones previsionales y la cantidad de horas que trabajan en promedio a la semana. Una creencia habitual a la hora de pensar en trabajo de plataformas digitales, de nuevo afectada por quienes se emplean en aplicaciones de *delivery* o transporte de personas, es que las personas que se desempeñan en este rubro están más bien expuestas a un ambiente laboral precario. Al respecto, observamos que la proporción de trabajadores que tiene contratos en la economía digital son cercanos al 77% tras la estabilización posterior al inicio de la pandemia. En el mismo periodo, en la economía tradicional, la medida de trabajadores con contrato es cercana al 89%, de forma que la diferencia entre ambos grupos se sitúa en torno al 12%, lo que dista bastante de lo que se podría haber esperado *a priori*.

Si bien el dato anterior parece indicar baja precariedad, es necesario tener en cuenta que, en gran parte, se debe a que los trabajadores que usan las plataformas para ofrecer productos y servicios tienen contrato de trabajo. En particular, presentan una cobertura del 88% en los últimos meses, lo que está en línea con los trabajos tradicionales. Lamentablemente, no podemos inferir las tasas de cobertura de los trabajadores de plataformas de transporte y *delivery* toda vez que la cantidad de observaciones es muy pequeña para este desglose.

En cuanto al pago de cotizaciones previsionales –que se considera una medida más estricta de formalidad laboral– la distancia entre ambos grupos se amplía levemente en el periodo tras el inicio de la pandemia. En particular, vemos que 85% de los trabajadores en empleos tradicionales tienen pago de cotizaciones previsionales, mientras que en la *gig economy* local dicha proporción se sitúa en torno al 66%, es decir, la brecha entre ambos crece a una cifra cercana a 19%. Al igual que en el caso del contrato, las altas tasas de cotizaciones se explican por altos niveles observados en el grupo de trabajadores de plataformas de venta de productos y servicios. En particular, en los últimos meses, alrededor del 83% de esos trabajadores cotizó –en línea con los trabajadores tradicionales–, de forma que la diferencia en la cotización agregada se debe a bajas tasas de cotización por parte de quienes se emplean en plataformas de transporte y *delivery*. Tal como en el caso anterior, no podemos inferir las tasas de cotización de los trabajadores de plataformas de transporte y *delivery* por la baja cantidad de observaciones.

Por último, en cuanto a las horas semanales de trabajo, se observa que los trabajadores de plataformas digitales suelen trabajar una menor cantidad de horas a la semana que los trabajadores de la economía tradicional. En particular, observamos que tras la estabilización del inicio de la pandemia, se observa que los trabajadores del sector tradicional reportan trabajar cerca de 37 horas a la semana en promedio, mientras que los de plataformas digitales reportan 35 horas (ver Gráfico 7).

Gráfico 7 – Cantidad de horas trabajadas en promedio por tipo de empleo



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo. Trimestres Enero-Marzo 2020 a Abril-Junio de 2022. Intervalos de confianza al 95%.

Sin embargo, nuevamente existen diferencias importantes entre los grupos de trabajadores de plataformas. Aquellos que se desempeñan en el rubro de ventas de productos y servicios reportaron trabajar, en promedio, 33 horas semanales en las últimas tres mediciones. En tanto, aquellos ligados a plataformas de transporte y de *delivery* reportaron trabajar 46 y 48 horas respectivamente, sin existir diferencias estadísticamente significativas entre los últimos dos grupos.

Resumen

La llegada de las plataformas digitales prometía jornadas flexibles y servicios oportunos a menores precios que aquellos que se podían encontrar en el sector tradicional. Sin embargo, la falta de datos no permitía caracterizar a quienes se desempeñan en tales plataformas y sus condiciones. En este documento exploramos una serie experimental del INE que nos permite analizar a estos trabajadores en detalle.

En primer lugar, encontramos que representan un 2,3% de los ocupados del país, sin existir diferencias entre la región Metropolitana y el resto del país. También encontramos que las personas que trabajan en plataformas digitales, en total, tienden a ser más jóvenes que las que trabajan en la economía tradicional, y presentan una mayor presencia de inmigrantes y mujeres. Adicionalmente, los trabajadores de estas plataformas presentan mejores niveles educacionales que aquellos que trabajan en la economía tradicional. Por último, la plataforma digital más utilizada por estos trabajadores es WhatsApp, seguida por un empate entre Facebook e Instagram, y posteriormente Uber.

En segundo lugar, clasificamos a estos trabajadores según las plataformas en las que se desempeñan, encontrando que en torno al 80% de ellos trabaja usando plataformas ligadas a la venta de productos y servicios. Esto contrasta con la idea común de que generalmente trabajan en plataformas de *delivery* o transporte de personas. Adicionalmente, notamos que existen fuertes diferencias entre los trabajadores que utilizan plataformas para ofrecer productos y servicios y aquellos que usan *apps* de transporte y *delivery*. En términos de participación por género, notamos que el sector de ventas presenta una mayoría de mujeres, contrario a lo que ocurre en el resto de las plataformas. También, los trabajadores de plataformas de ventas tienen mejores condiciones laborales, en términos de tenencia de contrato, cotizaciones y horas trabajadas que sus pares del resto de plataformas.

¿Qué es LEAS?

El Laboratorio de Encuestas y Análisis Social (LEAS) de la Escuela de Comunicaciones y Periodismo de la Universidad Adolfo Ibáñez, es un centro que busca generar conocimiento científico relevante, de calidad y oportuno para avanzar la comprensión del proceso de transformación social que vive el país y de nuestro entorno social, mediante el uso de tecnologías y metodologías avanzadas que permitan recoger información sobre actitudes, comportamientos y opiniones de los chilenos e interpretarla a la luz de marcos conceptuales que permitan dar cuenta de tal transformación.

Objetivo

Generar conocimiento científico relevante, de calidad y oportuno en el ámbito de las actitudes, opiniones públicas y comportamiento de los chilenos, que permita sustentar investigación permanente sobre el proceso de transformación social que vive el país, informar procesos de debate y diseño de políticas públicas.

¿Cómo citar este informe?

Fuentes, A. y R. González (2022). “Radiografía a los trabajadores de plataformas digitales”. Laboratorio de Encuestas y Análisis Social. Agosto, Santiago de Chile.

Referencias

Bravo, D., E. Castillo y E. Hughes. 2020. “Estudio Longitudinal Empleo-COVID19: Datos de empleo en tiempo real”. Centro UC de Encuestas y Estudios Longitudinales.