

Los fundamentos del desarrollo de Amazon en España y la evolución de su sistema de reparto de paquetes

Amparo Esteve Segarra

*Catedrática de Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social.
Universitat de València (España)*
amparo.esteve@uv.es | <https://orcid.org/0000-0003-3773-4668>



Este trabajo ha obtenido el **accésit** del **Premio Estudios Financieros 2024** en la modalidad de Recursos Humanos. El jurado ha estado compuesto por: doña Ana María Calles Doñate, doña Gloria Castaño Collado, doña Natalia Grijalba Alcalde, don Alfredo Rodríguez Muñoz y don Jesús Torres Mateos. Los trabajos se presentan con seudónimo y la selección se efectúa garantizando el anonimato.

Extracto

El presente estudio pretende poner el foco precisamente en la gestión del trabajo de la distribución que llega a las puertas de nuestras casas, y, más en concreto, en las personas que realizan el reparto para Amazon. La utilización de esta preposición no es casual. Gran parte de este personal encargado de la distribución no es empleado directo de algunas de las filiales de Amazon, sino que trabaja para empresas contratistas que realizan la «última milla». Esta expresión tiene un interesante doble significado. Alude, por una parte, a las empresas que en el sector logístico realizan el reparto más cercano a los domicilios particulares o lugares de destino de los paquetes. Por otra parte, la locución «última milla» se ha confrontado tradicionalmente con la dureza del último tramo de una maratón, con lo que sería una metáfora de la precariedad laboral del trabajo para estas empresas. No en balde algún trabajo de investigación sindical ha jugado con esta imagen, cambiando el adjetivo *last*, por el de *worst*. El estudio analiza el modelo de negocio y la estructura empresarial de gestión del personal de reparto seguida por la compañía y sus implicaciones.

Palabras clave: comercio digital; recursos humanos; monopsonio; agencias colaboradoras de reparto; Correos; personal autónomo; externalización productiva; empresa Amazon.

Recibido: 03-05-2024 / Aceptado: 06-09-2024 / Publicado: 07-11-2024

Cómo citar: Esteve Segarra, A. (2024). Los fundamentos del desarrollo de Amazon en España y la evolución de su sistema de reparto de paquetes. *Revista de Trabajo y Seguridad Social. CEF*, 483, 185-216. <https://doi.org/10.51302/rtss.2024.22189>



The fundamental basics of Amazon's development in Spain and the evolution of its package delivery system

Amparo Esteve Segarra

Professor of Labour and Social Security Law.

University of València (Spain)

amparo.esteve@uv.es | <https://orcid.org/0000-0003-3773-4668>

This paper has won a **runner-up prize** in the **Financial Studies 2024 Award** in the Human Resources category. The jury members were: Mrs. Ana María Calles Doñate, Mrs. Gloria Castaño Collado, Mrs. Natalia Grijalba Alcalde, Mr. Alfredo Rodríguez Muñoz and Mr. Jesús Torres Mateos. The entries are submitted under a pseudonym and the selection process guarantees the anonymity.

Abstract

This study aims to focus precisely on the working conditions of this distribution that reaches the doors of our homes, and, more specifically, on the people who deliver for Amazon. The use of this preposition is not accidental. Many of these personnel in charge of distribution are not direct employees of some of Amazon's subsidiaries, but rather work for contracting companies that perform the "last mile". This expression has an interesting double meaning. It alludes, on the one hand, to the companies that in the logistics sector carry out the delivery closest to the private homes or destination places of the packages. On the other hand, the "last mile" phrase has traditionally been confronted with the hardness of the last stretch of a marathon, which would be a metaphor for the precariousness of work for these companies. No wonder some union research has played with this image, changing the adjective last to worst. The study analyzes the business model and the business structure for managing delivery personnel and its effects.

Keywords: e-commerce; human resources; monopsony; delivery service partners; union postal; independent contractors; outsourcing; Amazon company.

Received: 03-05-2024 / Accepted: 06-09-2024 / Published: 07-11-2024

Citation: Esteve Segarra, A. (2024). The fundamental basics of Amazon's development in Spain and the evolution of its package delivery system. *Revista de Trabajo y Seguridad Social. CEF*, 483, 185-216. <https://doi.org/10.51302/rtss.2024.22189>

Sumario

1. Introducción
 - 1.1. De la vastedad del comercio digital al trabajo físico de reparto de paquetes
 - 1.2. Sistemática del estudio
 2. El crecimiento de una empresa titán
 - 2.1. Del dominio del mercado al dominio de las condiciones de la prestación de trabajo
 - 2.2. La situación de monopsonio y aspectos cualitativos de la creación de trabajo para Amazon
 3. Una empresa exitosa: la estrategia de dividir para mantener el poder
 - 3.1. La primera división: un rompecabezas empresarial
 - 3.2. La división del trabajo: del personal de ingeniería y centros de datos al de almacenes y centros logísticos
 - 3.3. La tercera división: la externalización del trabajo de reparto y la utilización de algoritmos predictivos para determinar la demanda de mano de obra
 4. La evolución del sistema de reparto en Amazon Road Transport Spain, SL
 - 4.1. El recurso a empresas de mensajería
 - 4.1.1. Las empresas paqueteras clásicas y el abrazo del oso de la corporación
 - 4.1.2. Las empresas pequeñas entran a través de un sistema de franquicia o agencia de reparto para Amazon
 - 4.2. El sistema Flex de reparto de paquetes con personal autónomo en sus vehículos particulares
 - 4.2.1. La ilegalidad del sistema desde la perspectiva de la normativa de transporte de mercancías y la exigencia de Amazon de vehículos de menos de dos toneladas de masa máxima autorizada
 - 4.2.2. Un modelo de personas formalmente autónomas contratadas por repartos de pocas horas
 - 4.3. El sistema de reparto mediante el operador universal de Correos: sinergias y externalidades ¿positivas o negativas?
 - 4.3.1. El aprovechamiento del sistema de reparto mediante Correos Express, en particular en las zonas rurales
 - 4.3.2. La competencia con el sistema de operador postal universal
 5. Conclusiones
- Referencias bibliográficas

Nota: estudio que forma parte del proyecto de investigación del Ministerio de Ciencia e Innovación titulado «Algoritmos extractivos y neuroderechos. Retos regulatorios de la digitalización del trabajo» (ref. PID2022-139967NB-I00).



Amazon is guided by four principles: customer obsession rather than competitor focus, passion for invention, commitment to operational excellence, and long-term thinking. Amazon strives to be Earth's most customer-centric company, Earth's best employer, and Earth's safest place to work.

Who we are. About Amazon
(<https://www.aboutamazon.es>)

1. Introducción

1.1. De la vastedad del comercio digital al trabajo físico de reparto de paquetes

Realizar una investigación sobre el trabajo por cuenta ajena que se presta para una empresa específica puede ser un enfoque poco ortodoxo e inusual. Existe una contradicción entre la carencia de presencia tangible de la empresa más poderosa del comercio *online* y el trabajo físico de quien entrega un paquete en su nombre. El personal de reparto es la cara de la corporación.

El interés por el trabajo de reparto en Amazon se ha fundamentado por tres hechos adicionales.

El primero es que la tendencia a considerar las investigaciones como abstracciones se incrementa cuando se analizan cuestiones de la gestión del trabajo en plataformas como elementos impalpables. En este momento, donde la imbricación en la vida diaria de algunas empresas de plataforma es evidente, la gestión de su personal puede pasar casi desapercibida.

El segundo foco que impelería el interés en estudiar una parte de la gestión de recursos humanos de Amazon es que, a mediados de febrero de 2024, medios de comunicación europeos se hicieron eco de que el *lobby* de la compañía, presente, como otros grupos de presión, en los ámbitos de poder de la Unión, había sido expulsado del Parlamento Europeo por dar evasivas sobre las condiciones de trabajo en sus almacenes y centros logísticos¹. La corporación había sido cuestionada antes por otros asuntos ligados esencialmente a prácticas monopolísticas, extracción de datos y lesión de la privacidad. Así se le recriminó el carácter extractivo

¹ <https://www.socialistsanddemocrats.eu/newsroom/after-amazon-lobby-ban-sds-visit-workers-and-trade-unions-four-countries>

del rastreo de datos y gustos de las personas consumidoras a través de sus motores de búsqueda, el favorecimiento de sus propios productos o su política de precios y la explotación de su sistema de distribución en perjuicio de terceras empresas. También había estado en los focos por falta de sensibilidad ambiental o prácticas de elusión fiscal. Sin embargo, por primera vez, la mirada de la Unión se focalizaba en las condiciones de la plantilla en sus almacenes y centros logísticos, en algunos casos suministrada a través de agencias de trabajo temporal.

El tercer elemento que acrecentaría el interés es que, a nivel nacional, diversas sentencias de juzgados de lo social, tribunales superiores de justicia y Tribunal Supremo (TS) estaban dirimiendo conflictos sobre el trabajo prestado para empresas subcontratistas de la corporación en temas tales como la determinación de convenio colectivo, donde existiría una depresión de los salarios mediante la aplicación de determinados convenios de mensajería, cesión ilegal, despidos por causas organizativas y productivas, discriminaciones por motivos sindicales, entre otros. Un rastreo en los repertorios judiciales evidenciaría que las demandas contra Amazon eran estadísticamente escasas, sin embargo, esta corporación sí aparecía en el relato fáctico de muchas sentencias como contratista de empresas que operaban para ella y con una conflictividad creciente. Las empresas externas de reparto de Amazon, llamadas *delivery service partners* (DSP), son el brazo ejecutor de su filial dedicada a la logística (Amazon Road).

La paquetería es un sector creciente, pues muchas empresas de la economía digital o del llamado *e-commerce* necesitan llevar los productos a la puerta de casa de su clientela y existe una pujante demanda de mano de obra. Pero el mayor cliente de las empresas paqueteras es una firma gigante: Amazon. Esta corporación, que ha incrementado exponencialmente sus cifras de ventas, ha tenido que multiplicar su capacidad de hacer frente a esta agresiva demanda de productividad con tiempos de entrega *just in time*. El reparto de los paquetes transaccionados en su web y llevados desde los centros de logística a los domicilios de la clientela ha presionado la ratio de tiempos de entrega. Lo que a su vez se ha traducido en un incremento de la accidentalidad de las personas conductoras. En este sentido, un estudio sindical elaborado por la confederación de cuatro sindicatos en Estados Unidos, llamada Strategic Organizing Center (SOC)², incidiría en que el trabajo de las personas repartidoras empleadas por empresas que realizan el reparto para la corporación es un 40 % más peligroso que todos los realizados en Amazon, frente a los ya calificados de peligrosos almacenes de la empresa y con una ratio del 13 % más alta que el promedio de industria del *delivery* fuera de Amazon (SOC, 2022, p. 4). Justamente, este mismo estudio manifestaría que, frente a lo afirmado por la compañía sobre que el personal dedicado al reparto tenía tasas de accidentalidad inferior a las del sector, esta afirmación era capciosa al no tener en cuenta precisamente a este personal externo, que no había sido incluido en los datos de accidentalidad de la compañía.

² Esta confederación incluye cuatro sindicatos: Service Employees International Union (SEIU), International Brotherhood of Teamsters (IBT), Communications Workers of America (CWA) y United Farmworkers of America (UFW). Según publicita la propia confederación, esta representa a 4 millones de personas trabajadoras en Estados Unidos (<https://thesoc.org>).

1.2. Sistemática del estudio

El presente estudio pretende poner el foco precisamente en las condiciones de trabajo de esta distribución que llega a las puertas de nuestras casas, y, más en concreto, en las personas que realizan el reparto para Amazon. La utilización de esta preposición no es casual. Gran parte de este personal encargado de la distribución no es empleado directo de algunas de las filiales de Amazon, sino que trabaja para empresas contratistas que realizan la «última milla». Esta expresión tiene un interesante doble significado. Alude, por una parte, a las empresas que en el sector logístico realizan el reparto más cercano a los domicilios particulares o lugares de destino de los paquetes. Por otra parte, la locución «última milla» se ha confrontado tradicionalmente con la dureza del último tramo de una maratón, con lo que sería una metáfora de la precariedad laboral del trabajo para estas empresas. No en balde, el estudio de SOC (2022) ha cambiado el adjetivo *last* por el de *worst*.

Un elemento que dificulta el tratamiento legal, los estudios doctrinales, las actuaciones judiciales, inspectoras y sindicales es la falta de comprensión del modelo de negocio y su compleja estructura empresarial.

2. El crecimiento de una empresa titán

Consumo a mi manera, lo que quiero, cuando quiero y donde quiero.

Zuboff (2020, p. 46)

Una aproximación al trabajo en Amazon puede pecar de ser limitada si solo se circunscribe a iluminar las relaciones laborales. Para entender el trabajo, y, más en concreto, el de reparto de la última milla, es necesaria una cierta comprensión del modelo de negocio. Las empresas de plataformas no integran un nuevo sector productivo, sino que se introducen en los existentes, cambiando la forma de organizar estos. Se trata de formas de producir, intermediar y/o distribuir ya existentes, pero que se han generalizado, consolidando posiciones de dominio, pues tienden al monopolio o al oligopolio. Es un hecho que han tenido un crecimiento exponencial. Un caso emblemático es el de la empresa Amazon, cuya página web desembarcó en España en el 2011, y que en un decenio consiguió situarse como líder de ventas en nuestro país; una auténtica empresa titán³. La pandemia habría acelerado el crecimiento de todos los negocios

³ Una obra maestra del anime del que son fans mis hijos es *Ataque de los titanes* (*Shingeki no Kyojin*), obra del japonés Hajime Isayama. En esta obra, unos gigantes entran por un muro que protege a la humanidad y comienzan a devorarlos. Nada es casual en los dibujos llenos de símbolos. También el nombre de

basados en el comercio electrónico y la distribución a domicilio, por lo que Amazon habría alcanzado cifras de récord, logrando una posición de dominio frente a otras grandes empresas con negocio físico. Los grandes logros de la corporación podrían deslumbrar y hacer desaparecer aspectos aparentemente menores, ligados a quienes trabajan para la misma.

2.1. Del dominio del mercado al dominio de las condiciones de la prestación de trabajo

Omnipresente

Del lat. *omnis* 'todo' y *praesentia* 'presencia'.

Acepción 1. Característica del que está presente a la vez en todas partes, atributo solo de Dios.

Acepción 2. Que procura acudir de prisa a las partes que lo requieren.

Diccionario de la lengua española

(<https://dle.rae.es/omnipresente>)

Amazon, como otras superplataformas, ha generado críticas por su control de los datos⁴, sus tendencias monopolísticas y las consiguientes limitaciones a la innovación⁵. Pero, a su vez, esta corporación ha despertado la admiración y el deseo de inversión, por su espectacular cuota de mercado y un crecimiento exponencial dentro del nicho de un mercado creciente de comercio digital⁶. No en balde, Amazon ha sido la primera corporación

los malvados titanes. En el mito de Prometeo, Titán amigo de los mortales roba el fuego de los dioses para darlo a los hombres y luego es castigado por Zeus. La mayoría de los filósofos han considerado que el regalo a los humanos es el conocimiento y la posibilidad del tiempo. La metáfora del titán guarda conexiones con el regalo a los humanos del conocimiento (internet omnipresente) y del tiempo (ahorro de este y comodidad que ofrece, por ejemplo, Amazon) y, a su vez, la captación del tiempo de los humanos que nos ofrecen las plataformas gratuitamente o con precios muy bajos.

⁴ La gran especialista en el tema de la extracción de datos por las empresas de plataforma Zuboff ha aludido a que Amazon ha migrado hacia un capitalismo de vigilancia a raíz de su nuevo énfasis en los servicios *personalizados* y en los ingresos procedentes de terceros. Al respecto señala que su asistente de aprendizaje automático ha sido el *suceso umbral* que definiría la trayectoria que llevaría a Amazon a ser no solo una empresa capitalista agresiva, sino también una empresa capitalista de la vigilancia (Zuboff, 2020, pp. 40 y 362, cursivas en el original).

⁵ En cuanto a la innovación, Eeckhout (2021) pone el acento en que existirían menos *start-ups* que hace unos 30 años y que su objetivo es ser adquiridas por las grandes empresas, ya que los diques impuestos por estas impiden que puedan desarrollarse para competir realmente, siendo creadas con el objetivo de convertirse en rentables para su adquisición.

⁶ Por ejemplo, en los primeros 5 años de la segunda década de este siglo, se ha doblado el comercio digital. En este sentido, MacGillis (2021) señala: «Between 2011 and 2016, e-commerce business had

en alcanzar un trillón de dólares en ventas (Kantor y Streitfeld, 2015). Esta compañía es en la jerga empresarial un *gatekeeper*⁷, es decir, un amo del corral, un portero en el peaje de las autopistas de internet (Rifkin, 2000, p. 198). En la era económica digital hay una regla no escrita que lo describe: *winner takes all*. A ello ha contribuido el capitalismo digital que da ventaja al primer actor del mercado. Y es que, conforme una empresa de plataforma se populariza y genera una *habituación* de las personas consumidoras que la consideran práctica o útil⁸, resulta más difícil para otras entrar en el mismo mercado debido a las economías de red que hacen que prefieran quedarse en la plataforma dominante. Ello convierte a algunas empresas como Amazon en omniscientes digitales, en el doble sentido de estar presentes en todas partes y que procuran acudir deprisa donde son requeridas (*vid.* acepción de omnisciencia en la RAE). A través de esta característica, Amazon ha sido calificado como una suerte de leviatán del comercio digital al por menor.

A su vez Amazon, como corporación tecnológicamente dominante en Occidente, capta capital más fácilmente en detrimento de las empresas clásicas del sector del comercio físico, pero también de las empresas nuevas dedicadas al comercio digital que no son tan pujantes, lo que coloca a estas últimas y a su personal en una situación de fuerte competencia⁹. La financiarización de la economía alimenta el fenómeno: las empresas más poderosas tienen un valor bursátil enorme, lo que atrae, a su vez, las inversiones y les permite aplicar estrategias de precios predatorios u ofrecimiento de servicios sin coste, para desplazar a sus competidores o captar rentas digitales, como los datos de su clientela. La entrada de una de las grandes empresas tecnológicas en un sector supone inmediatamente una caída en bolsa de las empresas tradicionales¹⁰. La debilidad de otras empresas alimenta la acumulación de capital privado, que, a su vez, conduce a una concentración de la riqueza en manos de unas pocas corporaciones y una consolidación de la posición de

doubled to \$ 350 billion. It had shot from 1 per cent of all retail sales at the turn of the millennium to 17 per cent, excluding cars and gas» (p. 65).

⁷ De hecho, la definición en el diccionario de Oxford es «a person, system, etc. that decides whether somebody/something will be allowed or allowed to reach a particular place or person».

⁸ Esta expresión en cursiva aparece también en la obra de referencia de Zuboff, sobre el modo de proceder de las empresas del capitalismo de la vigilancia a la hora de normalizar ciertas prácticas (Zuboff, 2020, p. 193).

⁹ Galloway (2018) incide en que:

Since the turn of the millennium, firms and investors have fallen in love with companies whose ability to replace humans with technology has enabled rapid growth and outsize profit margins. Those huge profits attract cheap capital and render the rest of the sector flaccid. Old-economy firms and fledgling start-ups have no shot (p. 20).

¹⁰ Así, Galloway (2018) señala:

The day Amazon announced it would enter the dental-supply business, dental-supply companies' stock fell 4 to 5 percent. When Amazon reported it would sell prescription drugs, pharmacy stocks fell 3 to 5 percent. Within twenty-four hours of the Amazon-Whole Foods acquisition announcement, large national grocery stocks fell 5 to 9 percent (p. 23).

dominio de algunas empresas¹¹. Tradicionalmente, desde algunas visiones económicas, se ha entendido que el mercado lograría reequilibrar el crecimiento, de manera que la competencia y el progreso tecnológico conducirían sin más a una eliminación de las desigualdades entre agentes económicos. Sin embargo, hay elementos intangibles que colocan al comercio digital en un lugar de ventaja y a las empresas de plataforma que lo controlan en una posición dominante y que indirectamente tiene incidencia en los sistemas de protección social¹². Destacaré tres de los señalados por Khan (2017): A) Mientras que las tiendas físicas generalmente solo pueden recopilar información sobre las ventas reales, Amazon rastrea lo que las personas compradoras están buscando, pero no pueden encontrar, así como a qué productos regresan repetidamente, qué guardan en su cesta de compras y cuáles son sus necesidades según el ratón se desplaza sobre la pantalla. B) Las reseñas de las personas usuarias de Amazon, por ejemplo, sirven como una forma de efecto de red: cuantas más hayan comprado y revisado artículos en la plataforma, más información útil pueden obtener otras personas usuarias del sitio. C) El control sobre los datos también puede facilitar que las plataformas dominantes ingresen a nuevos mercados con mayor facilidad. Así, los informes ahora sugieren que Amazon puede expandir drásticamente su presencia en el negocio de la publicidad, aprovechando su rico suministro de datos de compras extraídos de años de operar un negocio de comercio electrónico masivo. La tesis de la autora es que, para determinar si existe o no monopolio, habría que poner el foco en la estructura y dinámica del sector, especialmente observando si en el caso de las empresas tecnológicas existiría o no competencia real. Por ejemplo, la autora señaló que la clave del monopolio de Amazon no era la comparativa de precios, sino dominar el sector, en concreto, el hecho de que miles de empresas dependían de la plataforma para ganarse la vida en internet. Y la originalidad de su enfoque es la consideración de internet como una suerte de bien público. De este modo, apostaría por considerar a las empresas como Amazon o Google, que están en el centro del comercio electrónico, como infraestructuras esenciales, que son la ventana única para el consumo: como algo parecido a bienes públicos, igual que el agua, la electricidad o el gas, y regularlos e intervenirlos para eliminar la discriminación de precios y servicios. Eso hubiera evitado, según Khan, que Amazon, Google o Meta hubieran amasado el poder que ostentan en la actualidad en múltiples líneas de negocio, forjado a golpe de adquisiciones millonarias¹³.

Sin embargo, el hecho de que la empresa de plataforma sea la reina del comercio digital, el factótum de las personas consumidoras y el principal cliente de las empresas de paquetería incrementa la autoridad de la primera en detrimento de las empresas que se ocupan de repartir para ella. Estas no tienen poder de negociación y son meras aceptantes

¹¹ Sobre este rasgo, *vid.* Rifkin (2000, p. 15).

¹² Sobre el impacto del trabajo en plataformas en el sistema de protección social y la necesidad de replantear la excesiva dependencia de las cotizaciones sociales y llevar la financiación a la vía impositiva, *vid.* Suárez Corujo (2018, p. 66).

¹³ https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2021-03-22/lina-kahn-amazon-jeff-bezos-antitrust-ftc-joe-biden_2994072/

del contrato ofrecido por la plataforma. La disposición de la tecnología por la empresa de plataforma con altos costes de entrada permite no solo comportamientos monopolísticos, sino que indirectamente tiene repercusiones laborales.

2.2. La situación de monopsonio y aspectos cualitativos de la creación de trabajo para Amazon

El fenómeno ha sido estudiado en la doctrina en Estados Unidos y Reino Unido a raíz del tamaño que estaría adquiriendo Amazon¹⁴. Diversos estudios han detectado una reducción de los salarios y una situación de monopsonio¹⁵. En Estados Unidos, el salario de los llamados «*pickers and packers*», los que recogen y empaquetan los paquetes, es de media inferior al salario medio de una persona trabajadora en el sector de logística (Long, 2018). La doctrina ha atribuido este hecho a que cuando solo hay una empresa compradora de un bien (el trabajo), difícilmente las personas trabajadoras pueden pasar a una empresa de la competencia cuando existe una plataforma dominante (Dube *et al.*, 2020). La consecuencia es obvia: se incrementa el poder de la empresa titular de la plataforma en detrimento de las personas trabajadoras de la misma (Pesole *et al.*, 2018).

Ello obliga a poner el foco en el plano cualitativo del trabajo. No solo es importante si y cuántos trabajos se destruyen, sino también cómo es el trabajo que se crea. Como explicaron Gray y Suri (2019), el problema es que el trabajo se fragmenta, se externaliza y se precariza:

Las empresas, desde la más pequeña *start-up* a las más grandes corporaciones, ahora pueden «parcelar» [*«taskify»*] todo, desde la planificación de las reuniones, la depuración de sitios web, hasta la búsqueda de clientes y la gestión de los archivos de recursos humanos de los empleados a tiempo completo. En lugar de contratar, las empresas pasan anuncios en línea para cubrir sus necesidades [...]. Olviden el auge de los robots y la lejana amenaza de la automatización. El problema inmediato es [...] la fragmentación de los empleos en tareas externalizadas y el desmantelamiento de los salarios mediante micropagos.

Además, las oportunidades de empleo y las remuneraciones en el sector tecnológico están siendo desigualmente repartidas entre el personal dedicado al mundo digital y el del

¹⁴ En Estados Unidos, la compañía se habría convertido en tiempo récord en la segunda empleadora del país, solo por detrás de la cadena de supermercados Walmart (MacGillis, 2021, p. 133).

¹⁵ Autores como Eeckhout (2021) han aludido a la situación de monopsonio, término griego referido a un único comprador, esto es, que la persona trabajadora puede no tener poder de negociación en un mercado cada vez más concentrado, en el que este poder de imponer las condiciones lo tendría la empresa. Si solo hay una empresa, el poder de negociación del personal empleado frente a la misma es muy reducido, porque la alternativa es el paro.

trabajo físico. Respecto a este último, solo se crean algunos empleos generalmente en las empresas contratistas y en este contexto corresponden a sectores peor pagados y, en general, sobre la base de contratación temporal y a tiempo parcial. El fenómeno ha sido estudiado en el país tecnológicamente más avanzado por la doctrina norteamericana, quien ha puesto el acento en que el desarrollo tecnológico no ha ido acompañado de un crecimiento salarial generalizado¹⁶; pero también, en que el trabajo se vuelve más robótico (Scheiber, 2019)¹⁷, hasta el punto de que se ha puesto un mote, «Amazombies», porque determinadas personas tienen una mirada extraviada después de un trabajo marcado por objetivos numéricos muy claros, monótonos y repetitivos (Long, 2018).

La teórica ligazón entre empresas fuertes que crearían mucho empleo con altos salarios del personal se ha desmontado en la práctica en la era de las superplataformas¹⁸. Con esta idea se vuelve a la reflexión que se hacía al inicio de este epígrafe sobre este fenómeno conocido como «*the winner takes all*», que como hemos visto tiene repercusiones sociolaborales. Pero la empresa, en un continuo proceso de mejora, está llamada a dotarse de un sistema aún más ligero con drones para el reparto y la robótica para la logística.

¹⁶ En este sentido, MacGillis (2021) alude a que:

Nationwide, the poorest 10 per cent were earning only 4 per cent more per hour, adjusted for inflation, than they had earned forty years earlier. A third of all U.S. jobs paid less than \$ 15 per hour; the bottom half of the income ladder had less wealth, adjusting for inflation, than it had thirty years earlier. And men without a college degree were making far less, adjusted for inflation, than they had fifty years ago (pp. 65-66).

¹⁷ El periodista del *New York Times* en un artículo de investigación apuntaba que el incremento de robots en Amazon no estaba tanto disminuyendo la demanda de mano de obra como haciendo que el trabajo fuera más robótico. La ayuda de robots en el manejo de paquetes hacía que el personal dedicado al empaquetado incrementara el número de paquetes que debían manejar de 100 ítems a 300 o 400 por hora.

¹⁸ La doctrina anglosajona ha puesto el foco en los beneficios obtenidos por las superplataformas en función de la proporción de personas empleadas directamente por las mismas. En este sentido, por ejemplo, Galloway (2018) hace alusión a la relación entre empleos necesarios para generar beneficios en las empresas tecnológicas, comparando cifras de beneficios y personal empleado de estas compañías, y las empresas clásicas:

The economic success stories of yesterday employed many more people than the firms that dominate the headlines today. Procter & Gamble, after a run-up in its stock price in 2017, has a market capitalization of \$233 billion and employs ninety-five thousand people, or \$2.4 million per employee. Intel, a new-economy firm that could be more efficient with its capital, enjoys a market cap of \$209 billion and employs 102,000 people, or \$2.1 million per employee. Meanwhile, Facebook, which was founded fourteen years ago, boasts a \$542 billion market cap and employs only twenty-three thousand people, or \$23.4 million per employee –ten times that of P&G and Intel–. Uber set a new (low) bar with \$68 billion spread across only twelve thousand employees, or \$5.7 million per employee.

Esta tendencia implica que las empresas tecnológicas pueden explicarse por una conjunción de factores, como menos necesidad de personal empleado por el modelo de negocio y amplio uso de empresas contratistas.

3. Una empresa exitosa: la estrategia de dividir para mantener el poder

Amazon es un conglomerado empresarial, un grupo de empresas multinacional, pero tradicionalmente este hecho no se ha considerado relevante para el tratamiento de la gestión de recursos humanos y las condiciones laborales. Además, en el caso de empresas de plataforma, como Amazon, que basan su modelo de negocio en algoritmos y donde una parte significativa del personal necesario, como es el de reparto, son personas trabajadoras de compañías que trabajan para Amazon, pero son meras contratistas, la estructura empresarial deviene particularmente compleja. No obstante, el prisma de limitar el análisis a la empresa que contrata a una persona trabajadora y no analizar la red de empresas para la que se trabaja puede ser un error, pues permite iluminar y enfocar lo ya conocido (la empresa contratista), pero con ello se pierde un buen entendimiento de los elementos que determinan las relaciones de trabajo, en el que las relaciones empresariales pueden ser claves a determinados efectos.

3.1. La primera división: un rompecabezas empresarial

En una genial aplicación del «divide y vencerás», proveniente del griego, y que fue ampliamente utilizado por Julio César y Napoleón, todas las empresas multinacionales emplean la estrategia de crear varias filiales y organizarse en grupos de empresas. Se trata de mantener el poder, de ganar mediante la ruptura en piezas de las concentraciones más grandes, que tienen individualmente menos responsabilidad, pero pueden ser más flexibles y, sobre todo, aligerar la carga tributaria aprovechando la libertad de movimiento de capitales, la clásica tributación por la sede social, que permitiría elegir estratégicamente países o territorios que les ofrecen condiciones fiscales más favorables y las operaciones intragrupo.

Amazon es un buen exponente de esta organización empresarial representada por un rompecabezas de filiales y agrupaciones de estas, ubicadas en varios países y anexas de la matriz norteamericana ubicada, no por casualidad, en Seattle¹⁹. Dentro de una estructura vertical, Amazon tiene varias filiales en España dependientes de submatrices europeas, emplazadas en uno de los jardines del edén corporativo, Luxemburgo.

¹⁹ A modo de significativo ejemplo, Galdón Clavell (2018) señala:

Quando arrancó Amazon, Bezos contempló radicar su empresa en una reserva india, precisamente para evitar las cargas fiscales, y eligió finalmente Seattle por sus condiciones impositivas. En su primera incursión europea, escogió (¡sorpresa!) Luxemburgo. Y el anuncio en noviembre de la apertura de dos nuevos cuarteles generales en Nueva York y Washington también estuvo precedido de una competición a la baja en cargas fiscales entre una veintena de ciudades.

Según consta en los hechos probados de algunas sentencias²⁰, las dos filiales más importantes en España son Amazon Road Transport Spain, SL²¹ (que, en adelante, se identificará como Amazon Road), y Amazon Spain Fulfillment, SL²² (en adelante, se identificará como Amazon Spain F.)²³. Ambas sociedades ubican su sede en el mismo domicilio social en Madrid y están participadas al 100 % por Amazon EU, SARL, sucursal en Madrid, dedicada al comercio al por menor por internet. Además, esta entidad depende de Amazon Services Europe, SARL, también en Madrid, con objeto social transporte por carretera. A nivel europeo, aparecería Amazon Europe Core, SARL, domiciliada en Luxemburgo, y de la que dependerían un entramado de diversas sociedades del grupo Amazon: Amazon EU, SARL, Amazon Services Europe, SARL, Amazon Media EU, SARL, etc. Amazon.com Services, LLC, es, a su vez, otra filial de Amazon, ubicada en Seattle²⁴. Según algunas fuentes²⁵, esta filial dependería, a su vez, de otra sociedad (Amazon.com, Inc).

Esta organización empresarial consigue un objetivo claro, reducir el pago de impuestos. Sin embargo, en el caso de Amazon, como en otros negocios basados en algoritmos, este logro, si se puede calificar así, se intensifica. En el caso de las filiales de Amazon en España se consigue justificar una facturación entre las empresas del grupo que implica una disminución de los impuestos, porque las empresas filiales han de pagar a la(s) sociedad/es matrices que gestionan el algoritmo los derechos de propiedad intelectual. Con estos pagos, los beneficios de las filiales que operan en cada país disminuyen espectacularmente, pues, cada vez que se utiliza un algoritmo de Amazon, la empresa de plataforma, si se le permite la simplificación, se autopaga.

Se trata de las llamadas «operaciones intragrupo», en las que las empresas de las corporaciones realizan transacciones de bienes y servicios entre ellas. Este tipo de operaciones, comunes en cualquier multinacional, se incrementan en el caso de las empresas de plataformas por el juego de los derechos de propiedad intelectual en el uso de los algoritmos, porque los algoritmos tienen un coste de mercado no tasado, su valoración resulta muy difícil²⁶. Precisamente, el fisco español, al igual que las haciendas de otros países, ha

²⁰ Sentencia del Juzgado de lo Social (SJS) número 14 de Madrid 31/2023, de 2 de febrero.

²¹ Constituida el 1 de octubre de 2019, tras un proceso de escisión parcial.

²² Constituida con CIF B82170135 el día 12 de noviembre de 1998. Su denominación inicial era Amazon España (Corporate) Services, SLU.

²³ Sobre la escisión de estas filiales, *vid.* Resolución de la Comisión Nacional de la Competencia –Resolución al procedimiento declarativo para determinar si en Amazon Spain Fulfillment, SL (ASF), y Amazon Road Transport Spain, SL (ARTS), concurre la condición de operadores postales y si les es exigible contar con la oportuna declaración responsable STP/DTSP/006/20–.

²⁴ https://www.dnb.com/business-directory/company-profiles.amazoncom_services_llc.19151b72fb73b3520c81acf0cbdf4718.html

²⁵ <https://revenuegeeks.com/amazon-com-services-llc/>

²⁶ *Vid.* la referencia a las operaciones intragrupo en el Plan General de Control Tributario (<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2021-1379>).

puesto en el punto de mira a las transferencias entre empresas de una corporación, pues, si bien en ocasiones pueden responder a operaciones reales, en otros casos, pueden dar lugar a movimientos de elusión fiscal. Estas facturaciones entre empresas pueden conllevar conductas ilegales si no responden a un valor de mercado. El problema con las empresas tecnológicas como Amazon es que el valor de mercado de los elementos de propiedad intelectual es difícilmente medible, por lo que los pagos a la matriz que realizan las sociedades filiales por el uso de la tecnología son, en realidad, un elemento poco controlable, que permite a la matriz llevarse el beneficio donde menos se tributa y a las sociedades filiales explotar los activos materiales e inmateriales en el territorio «pagando» por ello a las matrices. Si bien estas operaciones intrasocietarias permiten al fisco un cierto control si hay un valor material de referencia, en el caso de las empresas tecnológicas basadas en potentes algoritmos como Amazon, donde los activos más importantes son inmateriales, ello es extraordinariamente complejo.

En muchos casos, no cabe sino asentir a las cifras que las propias filiales de la empresa multinacional presentan en España sobre sus operaciones intragrupo. Pese a las afirmaciones de que pagan sus impuestos en España, ello es así si se observa la realidad de forma simple, pero no, si nos acercamos a algunos hechos. La tributación de estas empresas en el impuesto de sociedades puede ser ridícula en comparación con sus cifras de negocio en España o en otros países²⁷, hasta el punto de que el impuesto de sociedades desaparece o está minorado al máximo, llegando a dar pérdidas. Para evitar calificar esta descripción de prejuicio, sirvan, a modo de ilustración, dos ejemplos concretos de la situación de esta empresa de plataforma.

En el primero, la multinacional norteamericana de comercio electrónico Amazon no pagó en 2020 ningún tipo de impuesto sobre sociedades en ocho Estados europeos, entre los cuales se encontraba España, a pesar de acumular unas ventas de 43.840 millones de euros, su récord histórico hasta ese momento²⁸.

En el segundo, en el Auto de la Audiencia Nacional (AN) 1669/2023, Sala de lo Contencioso-Administrativo, de 26 de diciembre, se enjuiciaba la solicitud de medidas cautelares

²⁷ En Estados Unidos, la doctrina científica (Ingraham, 2019; MacGillis, 2021, pp. 216-217) ha destacado cómo la corporación ha evitado los impuestos societarios (*corporate income taxes*) y beneficiado muy poco al *common wealth*. Durante años, la compañía mantenía sus tasas muy bajas sobre la base de declarar pocos beneficios al estar apostando por la estrategia de expandirse y desplazar a empresas de la competencia, con la técnica de precios bajos y competitivos, pero incluso, cuando la corporación ha dado beneficios, ha contribuido muy escasamente al sostenimiento del Estado y del bienestar público, en el país donde más se ha expandido. Así, MacGillis ha apuntado que:

By funneling profits through an office in Luxembourg, Amazon avoided paying the U.S. government \$1.5 billion, according to the IRS. In 2018, it would pay zero corporate income taxes for the second straight year, despite doubling its profits to more than \$11 billion. In fact, it would so successfully game the tax code that it would receive a \$129 million rebate.

²⁸ Diario Ara, 4 de mayo de 2021 (https://es.ara.cat/economia/amazon-no-tributo-impuesto-sociedades-ocho-estados-europeos-facturo-44-000-m_1_3971901.html).

en relación con una resolución dictada con fecha 12 de julio de 2023, por el Consejo de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia en el expediente S/0013/21, en la que se impuso a las tres empresas (Amazon) una sanción de multa por un total de 50.510.000 euros. Estas tres entidades eran: Amazon EU, SARL, sucursal en España, Amazon Services Europe, SARL, Amazon Europe Core, SARL. Lo interesante de dicho auto es que en el fundamento de derecho primero se relaciona una situación de pérdidas y deudas con la Hacienda pública, la Seguridad Social y terceros a 31 de diciembre de 2022 de más de 3.200 millones de euros. En concreto, se apunta:

La situación contable de las empresas sancionadas en su conjunto daría como resultado unas pérdidas que ascienden a 720.446.350 euros. A 31 de diciembre de 2022, ASE, AEC y AEU mantienen deudas con la Hacienda pública, la Seguridad Social y terceros que, en total, ascienden a 3.295.988.782 euros.

Las pérdidas también se explican por una estrategia de la compañía de ofrecer servicios a precios muy bajos para desplazar a la competencia y dominar una línea de negocio, que, a su vez, puede alimentar otras (por ejemplo, Amazon Prime puede cebar la línea de comercio digital de bienes y servicios). A su vez, en un contexto de financiarización de la economía, donde la empresa es una mercancía en sí misma, estas estrategias son premiadas en bolsa por los inversores, que consideran que, aunque compañías como Amazon pierdan dinero durante un tiempo, pueden a la larga recuperarlo por el incremento del valor de sus acciones y dividendos futuros²⁹.

3.2. La división del trabajo: del personal de ingeniería y centros de datos al de almacenes y centros logísticos

Volviendo a las dos primeras filiales españolas, Amazon Spain F. y Amazon Road, estas dos sucursales brindan un envoltorio legal separado a las dos actividades necesarias para que el negocio del comercio digital al por menor funcione. La primera de las filiales, Amazon Spain F., se centraría en las operaciones en los almacenes o centros logísticos donde se procesarían y prepararían los pedidos de la clientela para el envío, mediante actividades de almacenaje, recogida, empaquetado y gestión de pedidos de clientela y proveedores.

La segunda de las filiales, esto es, Amazon Road, tiene otra estructura horizontal, que se superpone, de redes de empresas contratistas dependientes de esta filial para la actividad de reparto a domicilio de las mercancías o paquetes, llamada en terminología anglosajona *last mile* y *middle mile*.

²⁹ Más ampliamente sobre estas estrategias, *vid.* Khan (2017). Sobre los precios predatorios y las amplias posibilidades que favorecen la financiarización de la economía y el enorme acceso a capital por el valor bursátil de estas compañías, Galloway (2018).

En Estados Unidos, el personal de Amazon se ha dividido en tres clases: personal de ingeniería, centros de datos y almacenes (en inglés, *warehouses*)³⁰; estructura esta que la corporación repite en nuestro país. Sin embargo, la separación va más allá del tipo de trabajo desarrollado y es una estrategia deliberadamente buscada por la compañía para maximizar sus objetivos. En un artículo de investigación en el *New York Times* sobre las condiciones de los *white-collar workers*, se contenían interesantes ideas sobre sus condiciones (Kantor y Streitfeld, 2015). No se trata solo de que las condiciones salariales sean diferentes entre el personal de oficina y el de los almacenes, sino también de las estrategias de vinculación a la corporación de unos y otros. El personal tecnológico recibe acciones de la compañía, que, dado su importante valor bursátil, son elemento relevante tanto de remuneración como de implicación y compromiso de este personal (Plaza, 2018). Estas acciones que recibe la élite del personal de oficina no se extienden al de los almacenes, con remuneraciones mucho más bajas. El personal de ingeniería y centros de datos tampoco está adscrito a la misma filial que el personal de almacenes. Así, este último personal pertenecería a la filial de logística, Amazon Fullfilment, mientras que el personal de tecnología y de desarrollo de negocio con empresas se integraría en Amazon Spain Services y Amazon Web Services Spain, que sería la filial de servidores web.

Pero la estrategia de diferenciación va más allá de las filiales y alcanza al personal de las contratas, en particular de reparto. De forma sintética, el proceso de trabajo de la empresa Amazon en territorio español (que reproduciría el existente en otros países) sería el siguiente:

- Existirían grandes almacenes logísticos en las principales ciudades abastecidos por empresas proveedoras de Amazon.
- Cuando se produce un pedido, los productos se trasladarían a los centros de clasificación (y después de clasificados, se trasladarían a los centros logísticos).
- En dichos centros, el algoritmo clasificaría nuevamente los paquetes según destino, códigos postales o zonas geográficas, establecería rutas de entrega, determinando el número de personas trabajadoras conductoras necesarias y la duración de su jornada, según rutas de 6, 8, 9 y 10 horas.
- Existirían empresas transportistas que se encargarían del reparto con su personal. En caso de necesidad podrían recurrir a empresas de trabajo temporal para atender a incrementos en el número de rutas comunicadas por la filial de Amazon, con una fluctuación constante del número de personas transportistas que se necesiten en cada ocasión.

³⁰ MacGillis (2021, p. 267) ha apuntado a este elemento de diferenciación y distanciamiento: «The Company had, in a sense, segmented its workforce into classes and spread them across the map: there were its engineering and software-developer towns, there were the data-center towns, and there were the warehouses towns».

- Los paquetes se entregarían por el personal externo de Amazon en domicilios o puntos de recogida. Los puntos de recogida pueden ser espacios o lugares que se conciertan con negocios abiertos al público como un quiosco, una peluquería o una papelería, que aceptan ocuparse de ser lugar de recogida de los paquetes a cambio de compensaciones económicas muy pequeñas, con la esperanza de atraer entre la clientela de Amazon a clientes para sus propios negocios.

3.3. La tercera división: la externalización del trabajo de reparto y la utilización de algoritmos predictivos para determinar la demanda de mano de obra

[...] Los conductores se diferencian del resto de personal de las instalaciones [...] llevando los trabajadores de Rioba Logistics, SL, una tarjeta identificativa con su fotografía y nombre sobre fondo de color amarillo, distinta de la utilizada por los de Amazon Road Transport Spain, SL, cuyo fondo es de color verde.

Sentencia del TS (STS) de 4 de octubre de 2023 (rec. 4384/2022)³¹

Dentro del sistema de reparto de última milla a domicilios o puntos de recogida, el grupo de empresas multinacional ha seguido varias estrategias que han ido evolucionando con el tiempo, si bien algunas se han mantenido. En concreto, conviene hacer alusión al recurso a empresas de reparto, de las grandes paqueteras, a empresas más pequeñas que han crecido o se han creado específicamente para trabajar con Amazon, pasando por el denostado sistema de personas autónomas repartidoras en sus propios vehículos particulares. Todas estas técnicas aparentemente están desgajadas, pero tienen tres puntos en común.

El primero es que el sistema de reparto de Amazon está «diseñado para asegurar la entrega más rápida posible, mientras la compañía mantiene el control de cada paso del proceso» (SOC, 2022, p. 12).

El segundo es que Amazon siempre ha establecido tablas clasificatorias entre empresas colaboradoras en cumplimientos de objetivos y tiempos de entrega. Nuevamente, la división y la competencia entre sí alimentaría el poder de la compañía sobre sus empresas y personal colaborador externo.

³¹ Hechos probados de la sentencia del juzgado de lo social de la que traía su causa el recurso.

El tercero ha sido el de trasladar al personal necesario para el reparto de la última milla fuera del entramado empresarial de Amazon, es decir, evitar el empleo directo para la compañía.

Obviamente, esta estrategia no ha sido neutral en punto a los derechos laborales, de prevención de riesgos laborales y de Seguridad Social de las personas trabajadoras. De hecho, la litigiosidad sobre el trabajo «en» y «para» Amazon ha ido aumentando paulatinamente, con actuaciones cruzadas de sindicatos, Inspección de Trabajo y Seguridad Social (ITSS) y demandas de personas trabajadoras individuales. Así, diversas sentencias de juzgados de lo social habían declarado la ilegalidad del reparto mediante personas autónomas contratistas independientes que utilizaban vehículos particulares para el reparto de mercancías ante actas de infracción abiertas por la ITSS por la utilización de falsas personas autónomas³². Es cierto que estas formas de realización del trabajo de reparto fueron anteriores a la llamada *ley riders*, pero precisamente la presunción de laboralidad del personal que presta servicios para empresas de reparto aceleraría el recurso a empresas externas. La reacción de la filial de Amazon ocupada de la logística ha sido la de externalizar la gestión de la mano de obra que realiza el reparto no en personal autónomo, sino en empresas que se ocupen del personal de reparto, creadas *ad hoc*, lo que ha provocado una creciente litigiosidad sobre si estas estrategias constituyen un préstamo ilegal de mano de obra.

Además, y en paralelo a la creación de redes de empresas contratistas, se han planteado conflictos relacionados con el convenio colectivo aplicable al personal que realiza el reparto de paquetería. Se trata de una cuestión común en todo el sector de paquetería, pero que es estratégica, pues el convenio colectivo que fija los salarios y jornada es determinante del coste de la mano de obra necesario para que el comercio digital de bienes físicos llegue a la puerta de nuestras casas y compita, sin *dumping* social, con el comercio físico. En esta litigiosidad creciente, el nombre de Amazon, como principal cliente de las empresas de paquetería, aparece en no pocas ocasiones.

4. La evolución del sistema de reparto en Amazon Road Transport Spain, SL

El sistema de entrega incluye almacenes logísticos, centros de entrega, empresas externas llamadas (DSP) y, en algunos países, Amazon ha recurrido a contratar a personas autónomas para realizar la entrega a través de una aplicación llamada Amazon Flex en vehículos particulares. Este último sistema por razones legales ya no se utiliza en España y ha sido objeto de pronunciamientos judiciales donde se ha condenado a Amazon por irregularidades en la calificación contractual y la afiliación a la Seguridad Social. A continuación, se analizará la evolución de estos sistemas.

³² SJS número 14 de Madrid 31/2023, de 2 de febrero, y SJS número 42 de Madrid 9/2024, de 22 de enero.

4.1. El recurso a empresas de mensajería

Ha habido cierta evolución sobre las diversas compañías de reparto que han sido contratadas por Amazon Road para llevar a cabo el reparto de paquetes en España. Una de las mejores explicaciones de esta evolución apareció en una noticia de prensa:

Hasta la llegada de Flex, Amazon solo trabajaba con las grandes paqueteras (MRW, UPS, Correos y SEUR) y con otras más pequeñas (OTL, Tipsa, Ara Vinc e Instapack, que reparten bajo marca Amazon Logistics), subcontratadas a raíz de que las primeras se hartaron de sus condiciones abusivas (mucho volumen a poco precio) y redujeran sus contratos con Amazon. Así, y a base de imponer a sus repartidores jornadas eternas pagadas a 5,38 euros la hora, las pequeñas se hicieron con su parte del pastel. Ahora, a estas empresas les ha salido competencia, más barata y menos profesional: los autónomos de Flex. Las asociaciones de autónomos consideran la maniobra un claro «*dumping*», una bajada de precios para eliminar la competencia (Plaza, 2018).

Posteriormente se abordará el sistema de personas autónomas repartidoras de paquetería mediante una web y aplicación llamada Flex. Centrando la atención en el recurso a empresas paqueteras, es interesante la diferenciación entre el recurso a las grandes paqueteras, ya consolidadas antes de la llegada de Amazon, y las empresas paqueteras más pequeñas.

4.1.1. Las empresas paqueteras clásicas y el abrazo del oso de la corporación

Las empresas paqueteras consolidadas habrían tenido una relación ambivalente con Amazon. Alguna persona experta en logística aludiría a que, para estas empresas, Amazon «no es un chollo, sino un caramelo envenenado» (Zubialde, 2019). En relación con las grandes, la estrategia de pinza del grupo Amazon consistiría en que, de una parte, las empresas de reparto tradicionales se han visto sometidas a una fuerte presión en precios para «trabajar» para la multinacional y, al mismo tiempo, a maniobras de concurrencia, porque el reparto de Amazon ha competido con su negocio. Esta doble maniobra cuenta ya con claros precedentes en otros países.

En Estados Unidos ha existido una táctica, que luego se reproduciría en otros países como España, que ha sido estudiada por la doctrina mercantil norteamericana. En un famoso *paper*, la profesora de Harvard y actual presidenta de la Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos, Lina Khan, explica cómo Amazon utilizó una estrategia de traducir su dominio en el comercio electrónico minorista para convertirse en el principal cliente de las empresas de *delivery*, y, sobre esta base, exigir fuertes descuentos en los precios de reparto. Veamos la explicación más detallada de la Sra. Khan:

Por ejemplo, en 2015, UPS obtuvo negocios por valor de mil millones de dólares solo de Amazon. El hecho de que representara una parte creciente de los negocios de estas empresas le dio a Amazon poder de negociación para negociar tarifas más bajas. Según algunas estimaciones, Amazon disfrutó de un descuento del 70 % sobre los precios de entrega regulares. Las empresas de reparto buscaron compensar los descuentos que le dieron a Amazon elevando los precios que cobraban a los vendedores independientes, un fenómeno que recientemente se denominó «efecto cama de agua» (Khan, 2017).

La profesora, experta en temas de competencia, centró el foco en este efecto, consistente en que Amazon acabaría distorsionando la competencia y consolidando su dominio al obtener una ventaja en dos sentidos: por una parte, al conseguir para sí fuertes descuentos de las empresas de mensajería y, por otra parte, al imponer a estas costes más altos, desanimaría a otros vendedores minoristas a utilizar estas empresas para la distribución de sus productos.

Pero el dominio de Amazon no acabaría ahí. Volviendo a las estrategias empresariales de Amazon expuestas por la profesora Lina Khan, Amazon utilizó su poder de negociación en el sector del *delivery* para dominar más el comercio minorista a través de un servicio llamado Fulfillment-by-Amazon (FBA), a través del cual Amazon ofrecería el reparto a comerciantes minoristas a través de su sistema, que como se ha explicado, sería más barato que el de recurrir a mensajerías externas. En este sistema:

Los comerciantes que se inscriben en logística de Amazon almacenan sus productos en los almacenes de Amazon, y Amazon empaca, envía y brinda servicio al cliente en cualquier pedido. Los productos vendidos a través de logística de Amazon son elegibles para el servicio a través de Amazon Prime, es decir, envío gratuito en 2 días y/o envío regular gratuito, según el pedido (Khan, 2017).

La inserción de terceros en el servicio logístico ofrecido por Amazon permitiría a estos aparecer antes en las listas de búsquedas de productos de Amazon. Y este es un elemento nada despreciable, por cuanto Amazon es un *gatekeeper*, un portal de entrada que consultan casi todas las personas consumidoras del comercio digital. Sin embargo, no todo serían ventajas para las empresas terceras que vendieran y entregaran a través de la llave y pórtico de Amazon. El traspasar el portal, como el dios Jano, deidad romana que se solía colocar en los dinteles, que tendrían dos rostros enfrentados, ofrecería otra cara. Y es que, a la postre, brindaría a la corporación valiosos datos sobre los productos de terceros más demandados y distribuidos, lo que, a su vez, alimentaría la expansión de su imperio mediante el ofrecimiento de productos similares a los de terceros, que no por casualidad acabarían siendo propios de Amazon.

Sin embargo, existe otro efecto menos evidente de esta estrategia y que toca la gestión de recursos humanos. La estrategia de crear un imperio logístico propio presionaría

aún más a las empresas paqueteras, e, indirectamente, a las condiciones de trabajo de su personal. Los descuentos en precios entre empresas contratistas son el principal factor que alimenta la precariedad en una cadena de subcontratación. De este modo, el comprador fuerte de la mano de obra (Amazon) determinaría de forma muy incisiva, pero indirecta, las condiciones laborales del personal de las empresas.

Las estrategias comerciales combinadas estrujarían a la baja las condiciones laborales del personal de reparto de la corporación y de las empresas del sector (contratistas y, a la vez, obligadas a competir). Algunos estudios en Estados Unidos darían cuenta de una bajada drástica de los ingresos del personal dedicado al transporte para empresas de reparto. En el estudio de Farrell *et al.* (2018, p. 5), se alude a una caída del 53 % de los ingresos.

Es más, las empresas paqueteras clásicas tendrían una desventaja frente a Amazon. Estas últimas serían receptoras de mercancías de terceros que deberían recibir, almacenar, clasificar por destinos y distribuir las en función de estos destinos a la clientela final. Sin embargo, en el caso de Amazon, la interconexión entre la línea de negocio del comercio donde vendería sus propios productos y los de terceros y la distribución a través de su reparto facilitaría un preclasificado de las mercancías, que supondría un ahorro de tiempo y de costes frente a las empresas de mensajería tradicionales.

4.1.2. Las empresas pequeñas entran a través de un sistema de franquicia o agencia de reparto para Amazon

Sé tu propio jefe.

Reclamo para ser *delivery service partner* en España.

Publicidad de Amazon

(https://m.media-amazon.com/images/G/01/DSP2/DSP_2_Brochure_ES.pdf)

En el éxito de este modelo comercial, de líneas de negocio interconectadas, como Amazon Prime, que combina entretenimiento en plataformas de *streaming* y servicios de reparto, ha jugado un papel esencial la estrategia de reducir los tiempos de entrega de los productos, reforzando la comodidad y fidelizando a las personas consumidoras. Esta estrategia de reducir los tiempos se alimentaría de dos puntales, la construcción de centros logísticos cercanos a todas las principales áreas metropolitanas³³ y personal de reparto de empresas

³³ Apunta Khan (2017), en una estimación de ese año en Estados Unidos, que:

Las ubicaciones de los centros logísticos de Amazon lo sitúan dentro de las veinte millas del 31 % de la población y dentro de las veinte millas del 60 % de su base principal en el mismo día. Esta

de mensajerías externas, pero fuertemente dependientes y sometidas a un control operacional total por la corporación, que implica la geolocalización y el control algorítmico de todos los repartos. Además, una clave adicional para evitar un cuello de botella en el modelo de negocio de la corporación basado en acuerdos de colaboración con empresas paqueteras es colocar a las empresas de *delivery* integrándolas en un sistema vertical, pero donde, a la vez, dichas empresas han de competir entre ellas. El modelo de negocio se basa en una oferta de incentivos para atraer a empresas de reparto, con ciertas tarifas o encargos mínimos garantizados, que luego pueden ser reducidos o eliminados³⁴. Las empresas tienen zonas asignadas que pueden ser una provincia, una parte de esta o una población o parte de esta, pero estas zonas son fácilmente intercambiables o se dispone de varias empresas contratistas que actúan en la misma zona o en zonas limítrofes. Con un panel de empresas contratistas, la corporación puede cargar o reducir las rutas de reparto, lo que protege a Amazon de eventuales presiones de estas empresas y, por el contrario, somete a las mismas a los designios de la corporación. Las empresas contratistas están sometidas a una tabla clasificatoria donde pueden medirse distintos aspectos, pero esencialmente son dos los valorados: el cumplimiento de los objetivos de reparto de paquetes que marca Amazon y las entregas en menos tiempo.

Pero dado que el modelo del *delivery* creado por Amazon está predeterminado, monitorizado y uniformizado para todas las empresas, la única posibilidad de competencia que pueden ofrecer estas empresas se concreta en mejorar los tiempos de reparto y evitar

extensa red de centros logísticos, cada uno ubicado en o cerca de un área metropolitana importante, equipa a Amazon para ofrecer entregas en una hora en algunas ubicaciones y el mismo día en otras (un servicio que ofrece gratis a los miembros de Amazon Prime).

³⁴ Los sistemas de clasificación competitiva entre DSP pueden provocar una presión inasumible. Por ejemplo, en una acción colectiva (*clash action*) planteada frente a Amazon en Estados Unidos, se ha denunciado el sistema de trabajo de aproximadamente 2.500 DSP, señalando que Amazon realizaría un control total de los DSP y eludiría las responsabilidades hacia el personal de conducción y la sociedad en general. La demanda y el proceso en esta acción planteada en Seattle puede seguirse en <https://www.courtlistener.com/docket/63214938/fli-lo-falcon-llc-v-amazoncom-inc/>. Sobre este proceso, en los medios de comunicación, puede verse: <https://www.seattletimes.com/business/amazon/delivery-company-files-class-action-on-behalf-of-2500-amazon-branded-partners/>

En la demanda de acción colectiva se aludiría, por ejemplo, a requerimientos imposibles, que luego han provocado denuncias de la confederación de sindicatos estadounidenses. Así se ha señalado, a modo de ejemplo:

[...] during peak times, Amazon expected a DSP operator in Sacramento to deliver 350-400 packages per day per van.19 To complete this number of deliveries in a 10-hour shift, drivers would need to park, sort, deliver, and document a delivery approximately once every 1 to 2 minutes-presuming they do not take any breaks (SOC, 2022, p. 9).

Otra acción se planteó en Oregón, en la que una empresa DSP planteaba una reclamación contra Amazon por resolución de su relación unilateral sin causa justificada (<https://www.oregonlive.com/silicon-forest/2021/10/oregon-delivery-contractors-sue-amazon-seeking-15-million-over-unsafe-unreasonable-driving-conditions.html>).

Lawsuit: Triton, LLC, Last Mile, LLC v. Amazon Logistics, INC (case 21-cv-41524).

problemas con la plantilla del personal de reparto. El círculo virtuoso alimentaría la rapidez con la que la corporación puede transportar la mercancía a la clientela, pero a costa de presionar a la baja las condiciones de trabajo del personal de empresas de mensajería que se convertirían esencialmente en proveedores de mano de obra para la empresa situada en el centro de un imperio logístico, que, sin embargo, no sería empleadora directa de personas repartidoras.

Pero también es interesante la alusión a la estrategia de crecimiento de las pequeñas empresas paqueteras que han logrado hacerse un sitio aplicando largas jornadas y un salario bajo al personal de reparto. En este terreno, la aplicación de convenios colectivos con condiciones muy precarias e ilegales ha alimentado el fenómeno, así como el recurso a empresas de trabajo temporal, grupos de empresa y trasvase de personal. Así, la empresa Transporte Integral de Paquetería, SA (Tipsa), ha aparecido en actas de infracción de la ITSS de Barcelona, aplicando un convenio extraestatutario de mensajería. Igualmente, en los repertorios judiciales, la empresa Ara Vinc aparece en diversas reclamaciones judiciales donde se estimó que existía una aplicación fraudulenta de un convenio colectivo para sortear los convenios provinciales de transporte. La empresa Instapack ha sido objeto de dos sentencias de la AN ante denuncias de los sindicatos más representativos por eludir también la aplicación de estos convenios colectivos. Interesa, pues, dejar constancia de la conflictividad latente alrededor de las contrataciones de reparto de Amazon con diversas empresas de paquetería.

En todo caso, es importante entender la dinámica de trabajo de las empresas que prestan servicios logísticos de distribución y entrega de paquetes para Amazon, pues tiene implicaciones laborales. Las empresas que tienen contratos con la Amazon Road están sometidas a un control de la «totalidad» del proceso de reparto. Este control global afecta, como señala un experto en temas de logística de la última milla, no solo al proceso operacional, sino también a otros procesos como el de la contratación del personal para la distribución (Zubalde, 2022). En este terreno, los algoritmos de la corporación son capaces de predecir el volumen de trabajo necesario y organizar la prestación de servicios de las empresas contratistas. En palabras de este experto:

Con varias fechas de antelación, Amazon ya «dictamina» (en cursiva en el original) qué envíos recibirá cada empresa subcontratada (empresas de transporte y distribución), organiza qué rutas se deben de hacer, el orden de las mismas y los medios que precisa la empresa subcontratada (furgonetas y personal de reparto). Cuando el personal que precisan es escaso, la empresa subcontratada debe de contactar con empresas de trabajo temporal, la cual ya tiene un acuerdo con Amazon, y le solicita el personal que precisa para ese día, y con los precios de contratación que ya estaban pactados entre empresas de trabajo temporal y Amazon.

Por otra parte, una disminución de las rutas que Amazon ofrece a sus empresas contratistas puede provocar inmediatamente despidos por causas organizativas y productivas.

4.2. El sistema Flex de reparto de paquetes con personal autónomo en sus vehículos particulares

Esta forma de prestación de servicios, calificada gráficamente en los medios de comunicación como *uber* de la paquetería o *riders* de los coches (Plaza, 2018), fue ofertada por Amazon Spain F. y, desde su creación, por Amazon Road Spain. El llamado sistema Flex³⁵ permitió que las filiales españolas de la corporación ofrecieran a personas físicas el realizar con sus vehículos propios servicios de reparto de paquetes de pequeño volumen comercializados por Amazon³⁶.

4.2.1. La ilegalidad del sistema desde la perspectiva de la normativa de transporte de mercancías y la exigencia de Amazon de vehículos de menos de dos toneladas de masa máxima autorizada

El sistema era totalmente ilegal según la normativa española de transporte, que no permite usar un automóvil particular concebido para el transporte de personas y sus enseres para realizar transporte de mercancías para terceros. En este sentido, el artículo 63 de la Ley 16/1987, de ordenación del transporte terrestre, establece una clara delimitación entre tipos de transporte de personas y de mercancías, exigiendo que los vehículos para el transporte de mercancías estén contruidos y acondicionados para tal fin. Ello evidentemente no ocurría en el caso de turismos y otros vehículos de uso particular. Sin embargo, Amazon consiguió eludir buena parte de los controles de tráfico interviniendo dos aspectos del ciclo de transporte y reparto de paquetes: el de la naturaleza de la relación de transporte y el del tipo de vehículo.

En relación con el primero, las personas que ponían sus vehículos al servicio del reparto de la corporación lo hacían con carácter no laboral, como personal externo, por lo que, sencillamente, si se imponía una sanción de tráfico, la misma se dirigía a la persona titular del vehículo, a la persona transportista, no a la empresa de origen que había contratado los servicios de reparto.

El segundo aspecto, para nada casual, era el tipo de vehículo. En la página web de Amazon para fichar personas autónomas para el reparto con vehículo particular (flex.amazon.es) se establecía expresamente como uno de los requisitos de todas las personas que quisieran

³⁵ El nombre derivaría de que las personas interesadas en realizar los repartos en sus vehículos particulares debían contactar con la filial de Amazon a través de la página web flex.amazon.es. Asimismo, para la gestión de este personal, se creó una aplicación llamada Amazon Flex que estas personas, una vez aceptadas como «colaboradores independientes», debían descargarse en sus móviles. Dicha aplicación asignaba bloques de reparto al personal de reparto.

³⁶ Esta descripción puede verse en los hechos probados de la SJS número 42 de Madrid 9/2024, de 22 de enero.

ser personal *flex* de Amazon disponer de un vehículo tamaño medio o más grande tipo berlina, no admitiéndose vehículos de más de dos toneladas de masa máxima autorizada³⁷. El uso de vehículos con una masa máxima autorizada superior impondría la necesidad de contar con autorizaciones administrativas de transporte de mercancías. El requisito de emplear vehículos no sujetos a las normas de transporte de mercancías permitía conseguir un fin –buscado o no– de eludir los controles de tráfico focalizados en vehículos de carga. Y es que los controles de tráfico dirigidos a inspeccionar el cumplimiento de las normas de transporte de mercancías no estaban preparados o dirigidos para transporte de mercancías en vehículos particulares destinados a transportar normalmente personas. Y es que clásicamente se focalizaban en furgonetas o camiones, no en los maleteros de turismos, salvo que estos llevaran mucho peso. Sin embargo, justamente la mayoría de los paquetes repartidos por Amazon eran de escaso peso.

Es anecdótico, pero significativo, que alguna otra empresa de reparto que también utilizó el sistema de externalizar a personal autónomo en sus vehículos particulares para el reparto de paquetes y recibir una sanción planteó una demanda por vulneración de derechos fundamentales al entender que en el caso de Amazon y de otras empresas del sector esta actuación se había permitido impunemente, y considerarse, por tanto, discriminada al haber sido ella sancionada³⁸.

4.2.2. Un modelo de personas formalmente autónomas contratadas por repartos de pocas horas

Amazon utilizó un innovador sistema de trabajo flexible a bajo coste que combinaría tres elementos: la íntegra externalización de la entrega a domicilio de paquetes recurriendo a un número elevado de «personas autónomas», una contratación a demanda según las necesidades de reparto, un *software* que permitiría controlar hasta el último minuto y geolocalizar el trayecto de paquetes, e, indirectamente, del personal encargado de repartirlos. Rastreado datos de internautas, potentes algoritmos permitirían prever con semanas de antelación la necesidad de personal y, adquirido un producto, estos programas medirían exactamente cuándo y dónde se encontraría cada paquete. Con estos sistemas, Amazon no tendría necesidad de ofrecer de forma íntegra y unitaria el servicio de entrega, sino que la tecnología permitiría externalizarlo eliminando turnos y tiempos muertos. El sistema escupiría en cada momento la necesidad de personal de refuerzo en la entrega de paquetes, y para esto se requería

³⁷ Vid. hecho probado segundo de la SJS número 14 de Madrid 31/2023, de 2 de febrero.

³⁸ Sentencia del Tribunal Superior de Justicia de Madrid 77/2022, Sala de lo Contencioso-Administrativo, de 28 de enero, donde una empresa de reparto planteó un procedimiento de vulneración de derechos fundamentales aduciendo vulneración del principio de igualdad frente a otras empresas, entre las que citaría en primer lugar a Amazon, porque la Administración sí permitiría a dichas empresas utilizar el sistema de reparto por personal autónomo en sus vehículos particulares. La sentencia fue desestimada por falta de acreditación por el demandante de este extremo.

un número muy elevado de personas trabajadoras –consideradas en los contratos firmados por estas como autónomas–, que pudiera cubrir cualquier demanda de reparto existente.

El sistema de la plataforma digital de emplear personas formalmente autónomas para el reparto en sus vehículos particulares fue abandonado en España y en otros países europeos³⁹ por cuestiones legales. Aunque en el caso español parece que, como se afirmara en alguna sentencia, fue la aprobación y entrada en vigor de la norma sobre la presunción de laboralidad con el Real Decreto-Ley 9/2021, que introdujo la disposición adicional vigesimotercera del Estatuto de los Trabajadores (ET), la que determinó que se dejase de utilizar el sistema Flex⁴⁰. No obstante, tras diversas actuaciones inspectoras, han aparecido diversas sentencias en procedimientos de oficio que afectarían a miles de personas, donde se ha declarado la laboralidad de la relación existente en Amazon Road⁴¹ y Amazon Spain F.⁴² respecto a las personas a las que se referían las actas de liquidación en periodos entre 2019 y 2022 anteriores al abandono del sistema por la corporación. Aunque dichos pronunciamientos no son firmes, la cuidada fundamentación y el apoyo en la jurisprudencia⁴³ (STS 263/1986, de 26 de febrero⁴⁴) hacen presumible su confirmación.

³⁹ Vid. Mcloughlin (2022), que alude también al abandono de este sistema en Alemania.

⁴⁰ SJS número 42 de Madrid 9/2024, de 22 de enero, en relación con un procedimiento de oficio para regularizar la situación de personas falsas autónomas, aludiría a la reforma del ET como detonante de este abandono en el fundamento jurídico séptimo *in fine*. La sentencia no es firme.

⁴¹ SJS número 42 de Madrid 9/2024, de 22 de enero, referida a 3.694 personas.

⁴² SJS número 14 de Madrid 31/2023, de 2 de febrero, referida a más de 2.000 personas colaboradoras.

⁴³ Entre las sentencias del TS analizadas se cita la STS de 18 de octubre de 2006 (rec. 3939/2005), en la que se declaró la laboralidad de la relación de un transportista que aportaba su vehículo, por considerar que era el trabajo personal el elemento esencial para prestar el servicio, calificándose la aportación por el transportista del vehículo como un elemento «sin relevancia económica suficiente para convertir la exploración del vehículo en un elemento definidor de la finalidad fundamental del contrato, mientras que la actividad personal del trabajador se revela como predominante». También se aludió a diversas sentencias sobre personal de mensajería y reparto de prensa con vehículos propios donde se declaró la laboralidad de la prestación.

⁴⁴ En este pronunciamiento, el TS dictaminó el carácter laboral de la relación de unas personas que efectuaban prestación de servicios de mensajería, con recepción, transporte y entrega de paquetes, conforme a unas tarifas previamente establecidas por viaje y realizando el transporte en vehículos de su propiedad, generalmente en motocicletas. El personal de mensajería llevaba en su vestimenta y vehículos distintivos de la empresa de mensajería y debían llamar a diario a la empresa, pudiendo ser penalizados en caso contrario.

El TS argumentó:

La dependencia, aparte de su exteriorización en ese llevar en la ropa y en el vehículo el nombre de la empresa se manifiesta también, en la necesidad de llamar diariamente a la misma, bajo penalización de no hacerlo, para recibir las órdenes de trabajo del día, respecto de las que asume la obligación de realizarlas sin demora ni entorpecimiento alguno; no tiene trascendencia a estos efectos el que el trabajador no esté sometido a un régimen de jornada y horario riguroso. La no asistencia de los actores al trabajo en todos los días laborables es un mero efecto de la configuración que la empresa pretende dar al contrato para eludir la calificación de laboral, y no constituye un dato esencial para determinar su verdadera naturaleza, pues ese comportamiento empresarial impide conocer las causas de la inasistencia, que en un contrato de trabajo debidamente regularizado se

4.3. El sistema de reparto mediante el operador universal de Correos: sinergias y externalidades ¿positivas o negativas?

En el ámbito de la Unión Europea existe la obligación de garantizar a la ciudadanía una red postal en todo el territorio como servicio universal.

La norma europea en la materia, la Directiva 97/67/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de diciembre de 1997, relativa a las normas comunes para el desarrollo del mercado interior de los servicios postales de la Comunidad y la mejora de la calidad del servicio, establece en su considerando 12 que el objetivo del servicio universal es proporcionar a toda persona usuaria un fácil acceso a la red postal, ofreciendo en particular un número suficiente de puntos de acceso y condiciones satisfactorias de frecuencia de recogida y de distribución; que el servicio universal debe prestarse respetando la necesidad básica de garantizar un funcionamiento continuo y adaptarse a las necesidades de todas las personas usuarias, así como garantizarles un trato equitativo y no discriminatorio.

Dada la obligación de garantizar que el servicio postal universal funciona en todo el territorio nacional⁴⁵, las filiales de Amazon estarían utilizando (4.3.1) y a la vez compitiendo con el servicio de operador universal⁴⁶ (4.3.2).

puede producir por motivos tan justificados como permisos, licencias, vacaciones, enfermedad o, incluso, periodos intermedios de inactividad laboral en contratos discontinuos o a tiempo parcial. Por otra parte, la posibilidad de compatibilizar el trabajo en otras empresas es algo que, debidamente autorizado, no desnaturaliza el contrato.

⁴⁵ En materia de paquetería, la norma comunitaria principal es el Reglamento 2018/644, de 18 de abril, sobre servicios de paquetería transfronterizos. Este reglamento cubre los paquetes que contengan bienes, con o sin valor comercial, de hasta 31,5 kg, puesto que los envíos más pesados no pueden ser manejados por un solo individuo sin ayuda de dispositivos mecánicos y esta actividad forma parte de los sectores del transporte de mercancías y la logística.

⁴⁶ Plaza (2020) publica un artículo interesantísimo sobre cómo Amazon se beneficia indirectamente de las subvenciones a Correos, de manera que paga menos a la entidad por repartir un paquete de lo que cuesta, siendo además un «negocio» creciente, porque el sector de la paquetería es el que más crece en Correos, frente a otros servicios postales, dado que cada vez hay menos cartas.

La periodista destaca declaraciones como las siguientes:

Según fuentes del sector, Amazon paga a Correos entre 1,8 y 2 euros por paquete entregado, además de encargarle las devoluciones, también más caras que una entrega normal. Y, según UGT, el margen está entre 0,8 y 1 euro de media. Desde Correos señalan que hay sitios donde «o envía Correos, o no lo hace nadie. Con nuestra red cubrimos todo el territorio. Y las oficinas son puntos de entrega para gestionar devoluciones». Aunque los paquetes de Amazon no entran dentro del servicio postal universal, la empresa aprovecha que el Estado español lo financia para encargárselo a precio de saldo.

4.3.1. El aprovechamiento del sistema de reparto mediante Correos Express, en particular en las zonas rurales

Diversos trabajos han denunciado que las filiales de Amazon utilizan el sistema de operador postal de servicio universal para la distribución de paquetes en zonas donde es más caro distribuir por estar más alejadas de las grandes poblaciones o encontrarse en zonas rurales. Así, se ha señalado que las filiales del grupo se estarían beneficiando de las subvenciones a la entidad, desviando la distribución de los paquetes difíciles, en concreto, a los repartos mediante Correos Express. En este sentido, se apunta:

[...] lo que hace Amazon es «dividir» los envíos de forma que su red reparte una parte y los externos otra parte. No disponemos de las cifras reales, pero es posible que actualmente sean mitad y mitad. Pero la verdadera diferencia no está en la cifra, sino en los destinos: los fáciles y los difíciles. Los fáciles son los paquetes que se reparten con mucha facilidad, centro de las ciudades donde se concentran muchas entregas en poco sitio, lo que permite repartir mucho en poco tiempo. Y los difíciles son los que tienen una baja concentración de entrega o los que tienen un desplazamiento de kilómetros, como los envíos de la España vaciada y zonas rurales o alejadas (Zubialde, 2022).

Esta denuncia no parece infundada, ni es un problema español, pues en Estados Unidos algunas noticias han dado cuenta de problemas por el uso del servicio federal de correos por la compañía en Estados con población dispersa⁴⁷. Es más, la propia web de la compañía Amazon publicaría su apoyo a la necesidad de «revitalizar» el servicio público de reparto, mejorando las condiciones laborales y de protección social de su plantilla⁴⁸.

Pero el negocio de utilizar a Correos preocupa a los sindicatos en el sector. Y es que como señala algún artículo de prensa (Plaza, 2020):

Los carteros rurales trabajan con su propio coche. Cobran 0,23 euros por kilómetro en concepto de mantenimiento y carburante. «Antes no había problema porque eran básicamente cartas», continúan desde el CSIF. «Lo que ha cambiado es que ahora son paquetes de gran tamaño que no entran en los maleteros. Hay que meterlos en el sillón delantero, en el trasero... No llevamos la homologación de carga correspondiente... Los carteros corren el riesgo de que Tráfico les multe. Si en las grandes ciudades Amazon compite con Correos y Correos Express, en provincias más pequeñas y en el rural "es otra historia"», añade el sindicato. «Es cierto que en los coches se ven paquetes de Amazon. Y Correos

⁴⁷ <https://arstechnica.com/tech-policy/2023/11/amazon-packages-reportedly-overwhelm-small-post-offices-delaying-other-mail/>

⁴⁸ <https://www.aboutamazon.com/news/policy-news-views/its-time-to-revitalize-the-united-states-postal-service>

está haciendo publicidad con el mundo rural, la España vaciada... Pero claro, ahí cuesta ganar dinero. En unas declaraciones que hizo el presidente, dijo que el potencial es enorme y que competimos con un gigante como Amazon, pero que la paquetería no da para mantener la empresa. No produce tantos beneficios como las cartas».

4.3.2. La competencia con el sistema de operador postal universal

Amazon ha expandido rápidamente su sistema de entrega rápida compitiendo fuertemente con otros servicios de entrega. En Estados Unidos se habría convertido en el operador postal más importante desplazando en volumen de negocio al servicio federal de la United States Postal Service.

Así, se ha relativizado la independencia de la red de reparto de Amazon, destacando, en paralelo, el potencial de supervisión de la plataforma. En este sentido, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) aludió a la «capacidad plena de control y de dirección que Amazon ejerce sobre sus operadores de paquetería» y, con cita de documentos europeos sobre el sector de la paquetería, señalaría que «en definitiva, la intensidad del control que Amazon tiene sobre sus servicios de paquetería no es equiparable al que otros comerciantes minoristas tienen sobre los suyos», lo que justificaría la imposición de obligaciones específicas de la plataforma sobre la red de empresas contratistas bajo su control (Resolución CNMC 6/2020 sobre Amazon Spain Fulfillment y otras filiales de la multinacional en España). Sin embargo, esta resolución está pendiente de un procedimiento judicial y ha sido de momento anulada (Sentencia de la AN, Sala de lo Contencioso-Administrativo, de 17 de julio de 2023 –rec. 1224/2020–).

5. Conclusiones

Dentro del brazo logístico de Amazon, gestionado por la filial de Amazon Road, la actividad de reparto de paquetes de la última milla es estratégica para Amazon. Este segmento de la cadena de prestación de servicios es el más costoso para la compañía, que, a su vez, se ha singularizado por el objetivo de lograr entregas ajustadas a los pedidos de su clientela y cada vez en menor tiempo. La corporación más exitosa del capitalismo digital ha planteado una estrategia de externalización de la gestión de los recursos humanos de la actividad de reparto. Esta externalización ha seguido diferentes vías: desde el recurso a empresas de paquetería clásicas, a la llamada a personas emprendedoras para que monten una empresa de reparto y se conviertan en agencias colaboradoras (DSP), pasando por el recurso a personas autónomas para el reparto en sus vehículos particulares o acuerdos de colaboración con el servidor postal universal.

Algunas de estas estrategias han debido ser abandonadas por haber sido contrarias al ordenamiento jurídico español o comunitario, como en el caso del personal autónomo. Otras estrategias de gestión de recursos humanos plantean fuertes dudas y están comenzando a ser cuestionadas en los tribunales, como el sistema de DSP, donde se ha suscitado la ilegalidad por posible contravención del artículo 43 del ET, en materia de cesión ilegal de personas trabajadoras, con pronunciamientos dispares, que deberán ser objeto de unificación de doctrina por el TS. El recurso a Correos y el dominio que Amazon Road ejerce sobre las empresas colaboradoras también han planteado cuestiones de interés y están siendo objeto de cuestionamiento y conflicto en la CNMC y en la Sala de lo Contencioso-Administrativo del TS.

Mientras estas cuestiones se dilucidan, el trabajo del personal de reparto de las empresas externas de reparto de Amazon se caracteriza por altas tasas de precariedad y accidentalidad (SOC, 2022, p. 8)⁴⁹.

⁴⁹ En el informe elaborado por la confederación de cuatro sindicatos en Estados Unidos se concluyó que el personal empleado de las DSP de Amazon sufría tasas de accidentalidad mucho más elevadas que el de otras empresas de reparto y además sus heridas eran más serias. Para elaborar las estadísticas, el estudio tuvo en cuenta el hecho de que las tasas de accidentalidad reportadas por Amazon no incluían al personal de reparto externo, por lo que recopiló los datos a partir de los ofrecidos al registro norteamericano elaborado por el órgano OSHA, acrónimo de Occupational Safety and Health Administration, por las propias empresas DSP. La tasa de accidentalidad por *serious injuries* (en el informe eran las que impedían prestar el trabajo y provocaban una pérdida de tiempo de trabajo total) eran en el 2021 las siguientes: DSP, 18,3%, centros logísticos de Amazon, 10,9%, y almacenes de clasificación, 5,6% (SOC, 2022, p. 7).

Referencias bibliográficas

- Dube, A., Jacobs, J., Naidu, S. y Suri, S. (2020). Monopsony in online labour markets. *American Economic Review: Insights*, 2(1), 33-46. <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/aeri.20180150>
- Eeckhout, J. (2021). *The profit paradox. How thriving firms threaten the future of work*. Princeton University Press.
- Farrell, D., Greig, F. y Hamoudi, A. (2018). *The online platform economy in 2018: Drivers, workers, sellers and lessors*. JPMorgan Chase Institute. <https://www.jpmorganchase.com/content/dam/jpmc/jpmorgan-chase-and-co/institute/pdf/institute-ope-2018.pdf>
- Galdón Clavell, G. (23 de diciembre de 2018). ¿Es ético comprar en Amazon? *El País*. https://elpais.com/tecnologia/2018/12/21/actualidad/1545407088_015525.html
- Galloway, S. (2018). Silicon Valley's tax-avoiding, job-killing, soul-sucking machine. *Esquire*. <https://docs.house.gov/meetings/IF/IF16/20180927/108727/HHRG-115-IF16-20180927-SD007-U7.pdf>
- Gray, M. L. y Suri, S. (2019). *Ghost work: How to stop Silicon Valley from building a new global underclass*. Eamon Dolan Books.
- Ingraham, C. (16 de febrero de 2019). Amazon paid no federal taxes on \$11.2 billion in profits last year. *The Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/us-policy/2019/02/16/amazon-paid-no-federal-taxes-billion-profits-last-year/>
- Kantor, J. y Streitfeld, D. (15 de agosto de 2015). Inside Amazon: Wrestling big ideas in a bruising workplace. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2015/08/16/technology/inside-amazon-wrestling-big-ideas-in-a-bruising-workplace.html>
- Khan, L. M. (2017). Amazon antitrust paradox. *The Yale Law Journal*, 126(3). <https://www.yalelawjournal.org/note/amazons-antitrust-paradox>
- Long, H. (5 de octubre de 2018). Amazon's \$15 minimum wage doesn't end over whether it is creating good jobs. *The Washington Post*. https://www.washingtonpost.com/business/economy/amazons-15-minimum-wage-doesnt-end-debate-over-whether-its-creating-good-jobs/2018/10/05/b1da23a0-c802-11e8-9b1c-a90f1daae309_story.html
- MacGillis, A. (2021). *Fulfillment (winnig and losing in one-click America)*. Farrar, Straus and Giroux.
- McLoughlin, M. (9 de junio de 2022). Amazon ya no quiere autónomos repartidores: por qué cierra en silencio su servicio Flex. *El Confidencial*. https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2022-06-09/amazon-flex-repartidores-autonomos_3438862
- Pesole, A., Urzi Brancati, M. C., Fernández Macías, E., Biagi, F. y González Vázquez, I. (2018). *Platform workers in Europe evidence from the COLLEEM survey*. Publications Office of the European Union. <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC112157>
- Plaza, A. (17 de septiembre de 2018). La élite tecnológica de Amazon España: «Es gente totalmente absorbida por la empresa». *El Confidencial*. https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2018-09-17/amazon-espana-comercio-electronico_1616317/
- Plaza, A. (23 de febrero de 2020). Así «subvenciona» España los envíos de tus paquetes de Amazon. *elDiario.es*. https://www.eldiario.es/economia/subvenciona-espana-envios-paquetes-amazon_1_1120012.html
- Rifkin, J. (2000). *La era del acceso (La revolución de la nueva economía)* (Trad. J. Francisco Álvarez y David Teira). Paidós.



- Scheiber, N. (3 de julio de 2019). Inside an Amazon warehouse. Robots' ways rub off on humans. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2019/07/03/business/economy/amazon-warehouse-labor-robots.html>
- SOC. (2022). *The worst mile: Production pressure and the injury crisis in Amazon's delivery system*. <https://thesoc.org/wp-content/uploads/sites/342/The-Worst-Mile-1.pdf>
- Suárez Corujo, B. (2018). La gran transición: la economía de plataformas digitales y su proyección en el ámbito laboral y de la Seguridad Social. *Temas Laborales. Revista Andaluza de Trabajo y Bienestar Social*, 141, 37-66.
- Zubialde, C. (30 de septiembre de 2019). ¿Has visto alguna furgoneta de Amazon reparando en tu ciudad? *Información Logística*. <https://informacionlogistica.com/has-visto-alguna-furgoneta-de-amazon-reparando-en-tu-ciudad/>
- Zubialde, C. (16 de agosto de 2022). ¿Cuál es el motivo de la propuesta de multa a Amazon por cesión de trabajadores? *Información Logística*. <https://informacionlogistica.com/cual-es-el-motivo-de-la-propuesta-de-multa-a-amazon-por-cesion-de-trabajadores/>
- Zuboff, S. (2020). *La era del capitalismo de vigilancia*. Paidós.

Amparo Esteve Segarra. Catedrática de Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social. Ha sido magistrada suplente de la Sala de lo Social del Tribunal Superior de Justicia de la Comunidad Valenciana durante 18 años y desde el 2020 es árbitra en temas laborales. Ha recibido diversos premios: en 1996, premio de terminación de estudios universitarios y premio de rendimiento académico; en 1997, Premio Fundación Manuel Broseta, Premio Bancaixa y Premio Rivero Lamas en dos ediciones, 2018 y 2022; y en 2024, el nacional de la Asociación San Raimundo de Peñafort. Es autora única de ocho monografías y un centenar de artículos. <https://orcid.org/0000-0003-3773-4668>