



ASOCIACIÓN ARGENTINA DE ESPECIALISTAS EN ESTUDIOS DEL TRABAJO

CONGRESO NACIONAL DE ESTUDIOS DEL TRABAJO

**LXS TRABAJADORXS, LA PRODUCCIÓN Y LA REPRODUCCIÓN DE LA VIDA SOCIAL EN CRISIS.**  
Cambios y persistencias en un contexto de pandemia

Buenos Aires, 1 al 3 de diciembre de 2021

**Grupo Temático N° 9: Flexibilización laboral y nuevas tecnologías. Viejos y nuevos desafíos en tiempos de pandemia**

**Coordinadores: Andrea Del Bono (CONICET en CITRA-UMET/UNAJ/UNLP), María Noel Bulloni (CONICET en CITRA-UMET/UNAJ) y Mariana Fernández Massi (CONICET en LESET-IDIHCS)**

## **Empleo en plataformas: la gestión algorítmica de la fuerza de trabajo en Argentina**

**Autor/es: Tomás Tenconi (CEPED-FCE-UBA), Vladimiro Torres (CEPED-FCE-UBA), Samantha Vaccari (CITRA-UMET/CONICET), Gaspar Herrero (CEPED-FCE-UBA) y Juan M. Graña (CONICET en CEPED-FCE-UBA).**

**E – mails: [tomitenco@gmail.com](mailto:tomitenco@gmail.com); [vladitorre490@gmail.com](mailto:vladitorre490@gmail.com); [samvaccari@gmail.com](mailto:samvaccari@gmail.com); [gasparh@gmail.com](mailto:gasparh@gmail.com); [juan.m.grana@gmail.com](mailto:juan.m.grana@gmail.com)**

**Pertenencia institucional: CEPED-IIIE- FCE-UBA y CITRA-UMET/CONICET**

# Empleo en plataformas: la gestión algorítmica de la fuerza de trabajo en Argentina

*Tomás Tenconi<sup>1</sup>, Vladimiro Torres<sup>2</sup>, Samantha Vaccari<sup>3</sup>, Gaspar Herrero<sup>4</sup> y Juan M. Graña<sup>5</sup>*

## 1. Introducción

Desde hace algunos años las plataformas de reparto, mensajería y movilidad son noticia en nuestro país. Pasado el momento de instalación, comenzaron a surgir críticas importantes sobre las condiciones de trabajo que imperan en ellas. En este sentido, informes de ILO (2021) y de su oficina Buenos Aires (López Mourelo, 2020), muestra sin lugar a dudas que sus trabajadores obtienen ingresos reducidos, con prestaciones sociales mínimas y con peligros importantes (accidentes o robos) que deben cubrirse por sí mismos. Este análisis es compartido por la literatura tanto local (Beccaria y Maurizio, 2019; Del Bono, 2019; Haidar, 2020; López Mourelo, 2020; Madariaga et al, 2019; Ottaviano et al, 2019) como internacional (Berg et al, 2018; Duggan et al, 2020; Lee et al, 2015; Möhlmann y Zalmanson, 2017; Rogers, 2017; Schmidt, 2017).

Como fenómeno global, las plataformas gestoras de fuerza de trabajo -como son las de delivery, mensajería y movilidad- son la expresión más reciente de un proceso de largo plazo de deterioro de la relación asalariada y la calidad del empleo que inicia hacia la década de 1970 con la crisis del fordismo, del estado de bienestar y el surgimiento de la nueva división internacional del trabajo. Siguiendo a Srnicek (2016), las plataformas como negocio también reconocen tres condiciones de existencia. La primera tiene vinculación con la financiarización de la economía mundial que permitió movilizar las inversiones necesarias para garantizar el desarrollo de la infraestructura digital. La segunda, es la masificación de los teléfonos inteligentes -a partir del lanzamiento del iPhone en 2007- que habilitan a cualquier trabajador y consumidor a acceder a estas. Y la tercera, que se relaciona con la pregunta que nos interesa, es la existencia de capitales latentes sin grandes posibilidades de inversión real -dado el bajo crecimiento y continuidad de la crisis de 2008- que se vuelcan a activos financieros de riesgo permitiendo el surgimiento de todo tipo de empresas de base digital.

---

<sup>1</sup> [tomitenco@gmail.com](mailto:tomitenco@gmail.com)

<sup>2</sup> [vladitorre490@gmail.com](mailto:vladitorre490@gmail.com)

<sup>3</sup> [samvaccari@gmail.com](mailto:samvaccari@gmail.com)

<sup>4</sup> [gasparh@gmail.com](mailto:gasparh@gmail.com)

<sup>5</sup> [juan.m.grana@gmail.com](mailto:juan.m.grana@gmail.com)

Ahora bien, el surgimiento de estas plataformas en Argentina es más reciente. Como señala Madariaga et al (2019), su entrada se logra por las desregulaciones financieras durante el gobierno de Macri que impulsan a estas empresas a radicarse en Argentina. Su acelerado crecimiento se dio al mismo tiempo que la economía y el mercado de trabajo se deterioraban rápidamente. Ese proceso se consolidó con la pandemia y la cuarentena del bienio 2020-2021. Dado el contexto, su desarrollo debe entenderse de la mano del debilitamiento de las instituciones del trabajo y la promoción de ciertos ideales emprendeduristas (Haidar, 2020). Así, estas empresas se posicionan como alternativa a la economía informal tradicional en un momento de deterioro generalizado del mercado laboral.

Si bien, las plataformas emplean trabajadores de forma directa para sostenerlas; el interés de nuestro trabajo radica en conocer las condiciones de trabajo de las personas que brindan servicios o trabajan a través de las plataformas. En este sentido, en el presente trabajo, además de reseñar la literatura al respecto, intentaremos debatir las siguientes preguntas: ¿Son las malas condiciones de empleo un resultado de la baja capacidad de generación de beneficios de estas empresas o son expresión del aprovechamiento de las malas condiciones generales del mercado laboral argentino? ¿Cuál es el modelo de negocios de estas empresas y bajo qué condiciones específicas emplean a su fuerza de trabajo?

Uno de los principales conceptos a los que referiremos es la gestión algorítmica de la fuerza de trabajo que ejercen ciertas empresas de plataforma como Uber, Cabify, Rappi u otras. Dentro de dicho subuniverso, al estudiar las plataformas de reparto, se evidenció que la precarización laboral se encuentra más asociada a la transferencia de riesgos, la relación aparentemente autónoma, pero con alta vigilancia y desprotección, y la inestabilidad laboral; y no necesariamente a niveles de “precarización salarial” en el sentido de muy reducidos ingresos. Sin embargo, también hay que tener en cuenta la amplia variedad de costos que enfrentan los trabajadores y trabajadoras para poder trabajar en dichas empresas.

La estructura de este artículo es la siguiente. En la próxima sección se desarrolla qué es la economía digital y qué es una plataforma, sus diferentes tipos, cómo funcionan y organizan su proceso de trabajo. En la sección 3, se enfoca el análisis en las plataformas de delivery, significativas dado que se trata de la expresión más extrema de las plataformas gestoras de fuerza de trabajo. En la sección 4 se presenta al sector en Argentina, sus empresas y cómo son las relaciones laborales allí, así como también una comparación salarial de estimaciones presentes en la literatura y trabajadores de la misma ocupación relevados en la Encuesta

Permanente de Hogares (EPH-INDEC). La sección 5 concluye y presenta algunas líneas de análisis a futuro.

## **2. Economía digital y plataformas**

El avance de internet, los teléfonos inteligentes y el aumento de capitales de riesgo que buscan conseguir una inversión rentable, han constituido la base para la expansión de un nuevo tipo de empresas: las plataformas (Srnicek, 2016).

En su definición más general, las plataformas digitales son infraestructuras informáticas que brindan una arquitectura central sobre la cual intermedian dos o más usuarios. La interfaz que construyen les permite registrar actividades y reunir a distintas personas que interactúan con diversos fines, resultándoles más costoso interactuar por fuera de plataforma que por dentro de ella (Kilpi, 2016; Madariaga et al., 2019). No solo se sitúan entre los usuarios, sino que también se convierten en el terreno sobre el cual tienen lugar las actividades, brindándoles acceso privilegiado para hacer seguimiento a las actividades (Srnicek, 2018).

Las empresas que desarrollan estas infraestructuras informáticas no necesariamente tienen el mismo proceso de valorización ni compiten en las mismas actividades. Si bien la valorización financiera ha cumplido un rol fundamental en el surgimiento y auge de las plataformas, el análisis de este excede los alcances y requiere como base conocer el funcionamiento de la valorización real, el cual intentaremos recorrer en el apartado.

Es posible encontrar distintos tipos de plataformas según su esquema de negocios a la hora de valorizarse: algunas cobran comisiones por las transacciones realizadas en su interfaz (como Amazon); otras ofrecen servicios como publicidad (como Facebook o Google); otras –como veremos en detalle más adelante– gestionan, a través de algoritmos, fuerza de trabajo (como Rappi, Pedidos Ya, Uber, Cabify, etc); pero todos estos modelos de negocios dependen, en última instancia, de los datos y actividades que se generan a su interior.

En este sentido, todas las plataformas se caracterizan por desarrollar y depender de los “efectos de red”: mientras mayor sea el número de usuarios que utiliza la plataforma, más valiosa se vuelve para los demás (Srnicek, 2016). Para producir estos efectos de red, las plataformas utilizan distintas estrategias. Una de ellas pasa por vender los servicios por debajo de los costos o recurrir a las subvenciones cruzadas, es decir, las empresas reducen el precio de un bien (o incluso lo ofrecen gratis), pero aumentando el de otro buscando volver más atractivo al primero. Por ejemplo, Google ofrece la utilización del correo electrónico

gratis, para captar usuarios, mientras que recauda dinero a través de la publicidad. Esto, deviene en un mayor caudal de usuarios e interacciones, es decir, una mayor masa de datos para dicha plataforma; lo cual, a su vez, produce tendencias a la concentración (Srnicek, 2016). Otra de las estrategias realizada para amplificar sus efectos de red es la adquisición de competidores, para así lograr alcanzar un mayor número de usuarios antes que nadie (Schmidt, 2017).

En este sentido, como hemos descrito, al generar su propio ámbito de desenvolvimiento, la infraestructura digital donde los usuarios interactúan, y los consecuentes efectos de red, lleva a que sus servicios y sus sistemas de análisis de datos se vuelvan más eficientes. De esta manera, a mayor cantidad de interacciones, se pueda acceder a más datos, lo cual vuelve más preciso al andamiaje digital y permite brindar un servicio más segmentado según el consumidor. Así, vuelve viables intercambios económicos de baja rentabilidad, dando lugar al fenómeno de la *gig economy* (Huws, 2016; Kilpi, 2016).

El mecanismo de obtención de ganancias descrito anteriormente resulta posible gracias a la utilización de una nueva forma de capital fijo, propia del siglo XXI: los *algoritmos*. Un algoritmo es un código computacional que automáticamente toma decisiones basadas en modelos estadísticos o reglas de decisión sin una explícita intervención humana (Eurofound, 2018). La novedad de estos es que no procesan repetidamente un conjunto estable de instrucciones consistentes, sino que se reescriben a sí mismos mientras trabajan (Duggan et al, 2020). De este modo, el desarrollo de la tecnología artificial permitió que los consumidores (usuarios) revelen y registren sus preferencias, logrando que las empresas posean más rápidamente un extenso listado de estas, así como también asentó un carácter deshumanizado a las decisiones operativas de la empresa (Duggan et al, 2020; Lee et al, 2015). Esta nueva capacidad de administración de datos y características de los consumidores permite la segmentación de ellos bajo múltiples y variados grupos y parámetros, logrando distribuir de forma más precisa la publicidad y las ofertas que brinda, segmentando la demanda. Dicho perfeccionamiento en la segmentación opera sobre la rentabilidad de estas empresas, ya que la oferta de productos se focaliza sobre grupos de usuarios bien definidos con una probabilidad de compra mucho mayor. El proceso de segmentación puede observarse a diario, en las constantes interacciones, notificaciones, recomendaciones y publicidades que todas estas plataformas ofrecen de forma mucho más dirigida a los distintos usuarios.

Por todo esto, la parte central del negocio de las plataformas es la captación y análisis de los datos. La gestión y procesamiento de esos datos -denominado “inteligencia digital”- adquiere

un carácter central para estas empresas, puesto que, pese a que se presenten como meras intermediarias, su desenvolvimiento digital requiere de estructuras cada vez más precisas y eficientes de captación, manejo y almacenamiento de datos. Además, la amplia heterogeneidad en las actividades específicas, y en las infraestructuras de capital de las empresas de plataformas permite afirmar que, si bien existen distintos niveles de inversión al interior del universo, también existe una suerte de jerarquía entre las distintas empresas que operan en el rubro. Dicha jerarquía depende, como señalamos anteriormente, de la distinta capacidad para operar con los datos, permitiéndoles adoptar una posición dominante no solo en el mercado, sino también en las relaciones sociales que yacen detrás de la interacción digital.

Entonces, las finalidades de las plataformas pueden ser muy variadas: en ellas se puede interactuar con otros usuarios con fines ociosos, solidarios o de lucro. A su vez, los usos de las apps también son múltiples, es posible intermediar bienes tangibles y no tangibles, para la venta o para su uso; incluso se puede intermediar servicios como la comunicación, la transmisión de información y la intermediación financiera, pero también servicios que implican la ejecución de tareas como son las tareas basadas en la web o basadas en la ubicación. Ahora bien, como espacio de interacción es muy común que a través de las apps se realicen diversas actividades con finalidad distintas. Sin embargo, está naturalizado que, aunque las plataformas se desenvuelvan con fines ociosos obtengan un ingreso de las actividades que en su interior desenvuelven o de la publicidad que brindan, que a su vez venden a otras empresas o usuarios de la misma aplicación. Por lo tanto, estas empresas ofrecen otros servicios, más allá de aquél que da origen a la interacción, así su negocio se monta sobre un conjunto de servicios y actividades que se desenvuelven mediante la aplicación.

Google, por ejemplo, ofrece un motor de búsqueda, junto con el correo electrónico una nube donde guardar información, y otros servicios, donde obtiene su rédito a través de las publicidades y anuncios, así como por ciertos servicios que brinda en forma paga. Así, toma plusvalía de otros procesos productivos/empresas (vía publicidad), pero también depende de los servicios que provee (como vendedor y gestor) para obtener sus ingresos. Amazon, por otro lado, se presenta como la empresa de compra y venta de bienes y servicios en formato digital más grande del mundo, obteniendo ingresos por medio de una comisión que extrae de dichas ventas. También gestiona repartidores -logística-, intermedia financieramente y genera

desarrollos informáticos propios<sup>6</sup>. A su vez, Facebook, es una empresa que posee múltiples redes sociales y basa su modelo de negocios en la publicidad que logra incluir muy eficientemente -de nuevo, a través algoritmos super especializados- en cada red. Uber, también se dedica a la intermediación y hasta ha consolidado un *market place* en el último tiempo (Uber Eats), obteniendo sus rentas de los viajes y las compras realizadas a través de su plataforma. Rappi, por último, es otra intermediadora de pedidos y entregas de todo tipo que obtiene un rédito por cada transacción que efectúa. La particularidad de todas estas, con la excepción de Facebook, es que además de la interfaz digital, gestionan procesos de trabajo y trabajadores para brindar servicios. La particularidad de las dos últimas empresas está en que también poseen en su modelo de negocios la transferencia de riesgos a los “usuarios”, y la gestión de personas a través de algoritmos, obteniendo una ganancia por el trabajo de estas. Así, todas las empresas mencionadas anteriormente, al ofrecer una interfaz digital con determinado marco para que los usuarios interactúen, se sitúan en el medio de la actividad en cuestión y sacan rédito de su posición, consolidando su carácter de intermediador.

De esta manera, podemos decir que en las plataformas generan una interfaz para una interacción tripartita, en principio, dos personas y una plataforma que dan base a la interacción. Esta última, puede cumplir la función de intermediador o de prestador de un servicio. Entre las plataformas que proveen servicios nos importa distinguir el carácter de los servicios entre aquellos que implican la ejecución de una tarea para un tercero, y por lo tanto el uso de fuerza de trabajo, de aquellas que proveen intermediación financiera, comunicación o información (CEPAL, 2021).

En particular, las aplicaciones que generan servicios de ejecución de tareas se distinguen entre aquellas basadas en la web y las basadas en la ubicación física. De las basadas en la web se distinguen las que asignan tareas a un individuo (*microtasking*) o a un grupo de personas (*crowdworking*) (ILO, 2021). Las plataformas basadas en la ubicación abarcan diversos rubros de actividades, y es lo más común que la asignación de tareas sea individual, pero también puede ocurrir que sea a grupos.

Por ejemplo, con el fin de intermediar la compraventa de bienes la plataforma puede solo poner en contacto a dos personas con el fin de que se realice un intercambio, la logística y traslado queda a cargo del oferente y del demandante del producto, sea que “lo vayan a buscar” o determinen un envío; aquí la plataforma solo intermedia como medio de comunicación o de información, pone algunas reglas básicas, algunos “términos y

---

<sup>6</sup> Este modelo de negocios es muy similar al modo en que opera Mercado Libre en América Latina

condiciones”, pero los aspectos claves como el precio y las condiciones de entrega queda determinado por los usuarios.

Sin embargo, es distinto cuando a través de la plataforma se transan servicios. Primero, puede ocurrir que se trate de servicios que sean simplemente comercializados vía las aplicaciones, dónde la plataforma actuaría como el caso anterior, como mero intermediario. O bien puede ocurrir que la plataforma determine como se llevará a cabo la interacción, pudiendo determinar entre otras cosas, la fragmentación y distribución de tareas y responsabilidades, la ejecución de esta, o las condiciones, determinando el proceso productivo. También puede ser el caso que defina el precio de los actores involucrados (retribuciones), los términos y condiciones de cómo se llevan a cabo la actividad y su registración.

En cuanto a los objetivos del presente trabajo, nos interesa enfatizar en estas últimas que, compartiendo el denominador común de ser “intermediarias”, se diferencian por operar bajo la lógica de la gestión algorítmica de la fuerza de trabajo (Berg et al, 2018; Duggan et al, 2020; Haidar, 2020; Lee et al, 2015; López Mourelo, 2020; Möhlmann y Zalmanson, 2017; Ottaviano et al, 2019; Schmidt, 2017). Esto es, existe un grupo de empresas de plataforma que necesita del desarrollo de la gestión de trabajadores en forma digital y automática, deshumanizada, para poder llevar adelante su modelo de negocios. Sin este avance, su forma concreta de operar se vuelve impotente, puesto que los algoritmos permiten un modo de gestión muy novedoso y la más desarrollada en términos de las nuevas tecnologías, en un contexto de creciente participación de los servicios en las actividades y empleos del mundo.

En lo que resta del apartado, nos dedicaremos a esbozar el carácter general del subuniverso de plataformas que gestionan algorítmicamente la fuerza de trabajo que brinda servicios basados en la ubicación y, luego, específicamente abordaremos las condiciones de las plataformas de delivery.

## **2.1. Plataformas gestoras algorítmicas de fuerza de trabajo**

Las plataformas *que gestionan algorítmicamente la fuerza de trabajo* suelen presentarse, en primera instancia, como simples intermediarias de un servicio, como empresas que brindan una interfaz digital (o plataforma) a través de la cual, por un lado, los consumidores pueden demandar libremente servicios, mientras que al mismo tiempo trabajadores autónomos -sin relación de dependencia- pueden ofrecerlo a cambio de una remuneración. De esta forma, la relación entre demandante y oferente se presenta como una relación contractual entre usuario



y prestador, la cual se supone ajena a cualquier tipo de gestión por parte de la plataforma sobre la que se desarrolla. Sin embargo, a diferencia de lo que ocurre en las plataformas meramente intermediarias, en las *gestoras algorítmicas de fuerza de trabajo*, además de cobrar una comisión o porcentaje del servicio prestado, se establecen una serie de requisitos y normas sobre los trabajadores, lo cual permitiría pensar en la existencia de cierta relación laboral (Duggan et al, 2020; Haidar, 2020; López Mourelo, 2020; Todolí Signes, 2015).

Por un lado, quien desee prestar servicios en las diversas plataformas deberán cumplir con ciertos requisitos básicos tales como la mayoría de edad, documentación personal y crear un perfil en la plataforma (Madariaga et al, 2019). Además, en algunos casos se solicita tener conocimientos específicos (como licencia de conducir, en el caso de Uber), y estar inscripto en alguno de los regímenes para trabajadores por cuenta propia (como por ejemplo el régimen de monotributo, en el caso de Rappi en Argentina). Todos estos requisitos, si bien son planteados desde la plataforma y hacen al desempeño de las tareas a través de la interfaz, estos términos parecen ser normas básicas, legales y sociales.

Una de las condiciones en la cuales se desenvuelven las tareas gestionadas por algoritmos es que están determinadas mediante términos y condiciones unilateralmente establecidos. Sin embargo, las personas que “operan” (trabajan) a través de las plataformas deben garantizar los instrumentos para llevar a cabo la tarea, tanto herramientas o equipos como servicios de internet; y, al igual que los trabajadores cuentapropistas aportan simultáneamente su capital y su capacidad de trabajar al proceso. Así, aquellas personas que deseen brindar prestaciones en estas apps deben proveer ciertos instrumentos para llevar a cabo la tarea, tales como teléfonos inteligentes de una mínima calidad con un paquete de datos de internet, autos de determinados modelos o antigüedad (Uber, Cabify, Didi), bicicletas o motos (Rappi, Pedidos Ya).

Además, también existen otras características que asimilan a la fuerza de trabajo con trabajadores independientes: no recibe beneficios laborales, puede rechazar tareas (aunque luego esto derive en una penalización), el vínculo no tiene duración preestablecida, no debe trabajar en exclusividad, su horario de trabajo es flexible (hasta cierto punto porque la app también incentiva a trabajar en ciertas franjas horarias) y, como se mencionó, es propietario de las herramientas que usa para trabajar. Además de esto, operar en la plataforma implica estar inscripto en el régimen tributario y provisional del monotributo, lo cual reafirma esta posición.

Por último, aparentan ciertas ventajas del trabajo independiente, como la flexibilidad en la inserción laboral, tales como las bajas barreras de entrada a la actividad, la autonomía en términos de horarios y la -aparente- libertad para decidir cuándo tomar trabajos (limitado) (Berg et al., 2018; Chen et al., 2017; López Mourelo, 2020). De esta manera, a través del registro en la app y de la aceptación de los términos y condiciones que las plataformas exigen para operar a través de ellas; la modalidad de contratación se ve subordinada al deseo de la empresa e imposibilita cualquier tipo de vínculo empleador-empleado en términos formales.

Ahora bien, las plataformas de crean y conectan automáticamente la oferta y la demanda del servicio (Duggan et al. 2020), mediante la interfaz de la aplicación; sin la cual los trabajadores no tienen acceso a los clientes o locales. En este sentido, los trabajadores de aplicaciones dependen de ésta para poder trabajar y obtener sus ingresos. Sin este medio de producción no puede desarrollar su actividad.

Sin embargo, la dependencia del trabajador no se limita a estos términos. Además, la gestión algorítmica está presente en otras dimensiones del proceso de trabajo. Entendida como “las prácticas de supervisión, gobernanza y control llevadas a cabo por algoritmos de software en muchos trabajadores remotos” (Möhlmann & Zalmanson, 2017:4; Haidar, 2020). La gestión algorítmica de la fuerza de trabajo implica, a grandes rasgos, la asignación y evaluación de los trabajos mediante algoritmos (López Mourelo, 2020). La misma tiene cinco características principales: el seguimiento continuo de la fuerza de trabajo; la constante evaluación mediante la valoración de los clientes; la aparente toma e implementaciones de decisiones sin intervención humana; la interacción de la fuerza de trabajo a través de la aplicación, lo que dificulta las posibilidades de comunicarse y apelar a ciertas decisiones de modo personal (ver Duggan 2020); y la falta de transparencia sobre el funcionamiento del algoritmo (López Mourelo, 2020; Berg et al., 2018; Möhlmann y Zalmanson, 2017).

También, estas empresas utilizan las valoraciones provistas por los usuarios y, combinadas con los datos que recolectan los algoritmos, crean un sistema de calificaciones en el cual los trabajadores no tienen voz ni voto. Este resulta un punto fundamental, ya que ante calificaciones negativas la posibilidad de acceder a más y mejores ofertas de trabajo disminuyen, pudiendo derivar esto, en un extremo, en la desactivación -temporal o definitiva- de los trabajadores (De Stefano, 2016). Esta capacidad punitiva contra el trabajador da cuenta de la asimetría de las relaciones en las que se encuentran inmersos, y que existe un poder de cohesión de la aplicación para encausar y condicionar el comportamiento del trabajador. Esto

da cuenta de una subordinación, asimilable como un atributo que es parte de una relación de dependencia.

A su vez, al igual que la aplicación establece las condiciones de registro de la actividad por parte del trabajador, establece la forma en que será remunerado, a destajo, y el precio por servicio brindado y otras condiciones laborales, como el uso de uniforme de la empresa. Esto no solo da cuenta de que existe una relación de dependencia, sino que, además el proceso de trabajo y gestión de los trabajadores y servicios brindados se define con una mentalidad empresarial, para garantizar el mayor rédito por parte de la plataforma. Esto da cuenta de una gobernanza de la actividad por parte de la plataforma.

De esta forma, la plataforma es quien determina, algorítmicamente, cuánto va a cobrar el trabajador. Esta dinámica implica otra economización de recursos, ya que ahora no son trabajadores sino procesos digitales los que asignan las tareas y resuelven procesos de coordinación y determinación. Es decir, a partir de una contribución no remunerada al stock de capital intangible de la plataforma -los datos- la empresa puede gestionar a la fuerza de trabajo.

Adicionalmente, el hecho de que el trabajo sea a destajo, y no por tiempo de trabajo, tiene una doble función para que la plataforma opere de manera “eficiente”: evita incurrir en pagar tiempos “muertos”, tiempos donde el trabajador está disponible para trabajar, pero sin tarea asignada; y lleva una intensificación y extensión del trabajo en la aplicación. Mientras que en una relación laboral tradicional el trabajador cobra un sueldo por el tiempo que se encuentra a disposición del empleador (y a lo sumo, un bonus por productividad), el pago a destajo lleva a que el tiempo que consideramos como parte de la “jornada laboral” cambie. Por un lado, los tiempos de descanso, el tiempo “improductivo” del trabajador en el lugar del trabajo, no es contemplado por las apps y “corre a cuenta” del trabajador. Tampoco forman parte de la jornada laboral, de tiempo que se le paga al trabajador, los lapsos donde las personas están esperando que se le asigne una nueva tarea o pedido.

Tomando todo en cuenta, es claro que existe una relación de subordinación laboral -y no una mera intermediación entre usuarios-. Principalmente, la fuerza laboral recibe órdenes e instrucciones por parte de la plataforma, es evaluada en su trabajo y tiene definida su remuneración por parte de la aplicación<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> También aparecen otros rasgos compartidos como la voluntad de asociarse y organizarse de los trabajadores a través de la conformación sindicatos, este es el caso de APP (Asociación de Personal de Plataformas) o SiTraRepa (Sindicato de Base de Trabajadores de Reparto por Aplicación) creados en 2018 y 2021, respectivamente.

En este sentido, en los últimos tiempos han existido cambios legales o fallos judiciales que reconocen esta relación asalariada encubierta. Por ejemplo, en los Países Bajos existen dos fallos de 2019 (Sentencias 198 - Zaaknummer 7044576 CV EXPL 18-14763 y 210 - Zaaknummer 7044576 CV EXPL 18-14762) que sostienen la existencia de una relación asalariada entre los repartidores y las plataformas, basada en el dominio que las plataformas hacen de los sistemas digitales para gestionar la actividad y para limitar la libertad de disponibilidad de los repartidores. Por otra parte, en España, en 2019, a partir de las demandas colectivas como consecuencia de las actividades de la Inspección de Trabajo y Seguridad Social (ITSS), el Tribunal Superior de Justicia de Madrid avaló la existencia de una relación laboral entre repartidores de Deliveroo y la plataforma (López Mourelo, 2020). En Argentina, el Ministerio de trabajo de la Provincia de Buenos Aires multó a Rappi por relaciones laborales encubiertas, sanción confirmada por la justicia<sup>8</sup>. Por su parte, la empresa Cabify fue sentenciada a pagar una indemnización por despido<sup>9</sup>.

Entonces, si bien la precarización laboral que imponen las plataformas *gestoras de fuerza de trabajo* a través de algoritmos no supone un fenómeno nuevo, sí plantean una novedad al ampliar sus capacidades llegando a controlar todo el proceso de trabajo. Haciendo uso de dispositivos electrónicos cada vez más baratos y conectados, las plataformas logran desagregar los puestos de trabajo en tareas más pequeñas que “facilitan nuevas formas de mercantilización del trabajo mediante su venta a pedido” (Berg et al, 2019:6) a la vez que producen nuevos modelos de gestión de recursos humanos (Duggan et al., 2020). De esta forma, a diferencia de otras formas atípicas de empleo, los trabajadores interactúan con una aplicación (en lugar de personas) a través de la cual, mediante algoritmos, son monitoreados de forma constante, sin que exista la posibilidad de negociar sus condiciones laborales. Además, las empresas no revelan el funcionamiento de los algoritmos a quienes son gestionados por ellos y, en muchos casos, ni siquiera pueden apelar sus decisiones, tornando el proceso de trabajo aún más opaco.

Dentro de este amplio universo de plataformas que gestionan algorítmicamente la fuerza de trabajo, nos centraremos en las plataformas de delivery, por tratarse de trabajos de baja calificación y por lo tanto más susceptibles de estar en condiciones de precariedad. En base a su análisis, buscaremos responder a la pregunta de si estas son un modelo de negocios capaz de valorizarse sin tener que acudir a la precarización laboral que, como mencionamos, es

---

<sup>8</sup> <https://www.pagina12.com.ar/371749-provincia-de-buenos-aires-ratifican-una-multa-contra-rappi-p>

<sup>9</sup> <https://www.iprofesional.com/legales/346776-cabify-por-que-la-empresa-pagara-indemnizacion-en-argentina>

consecuencia de la negación de existencia de una relación laboral y, consecuentemente, el no cumplimiento de ciertos derechos laborales.

### **3. Plataformas de delivery**

Las plataformas de delivery o reparto son un subgrupo del universo de plataformas basadas en la ubicación que gestionan algorítmicamente la fuerza de trabajo, las cuales se caracterizan por ofrecer una aplicación en la cual es posible contratar trabajadores para el servicio de mensajería personalizado y entrega de productos de locales de todo tipo a domicilio. En el primer caso, los consumidores pueden acceder a la búsqueda y entrega de cualquier producto de cualquier establecimiento; en el segundo, las plataformas de reparto ofician de intermediarias en las transacciones entre oferentes y compradores, brindando además un servicio de delivery del producto. Así, terminan centralizando la información y presentando como una “carta” con bebidas, productos de kiosco, almacén, farmacia entre otros a disposición del consumidor, quién será el que paga todo el proceso y de quién recolectarán información de las preferencias. Para esto, se proponen como un nuevo canal de ventas para los negocios que se adhieren. Al situarse como una red centralizada donde los comercios adheridos pueden ofrecer sus mercancías, se posicionan como procesadoras de pagos, es decir, como intermediarias financieras. Esta situación de privilegio es importante de mencionar, ya que, aunque usualmente se caracteriza a estas empresas por ofrecer el servicio de trabajo a destajo, también procesan todas las operaciones de pago que se realizan sobre la interfaz. Así, la plataforma de reparto es la que termina vendiendo productos y no los locales gastronómicos, para luego ofrecer el servicio de delivery. La aplicación retiene este dinero para después transferirle un porcentaje de la transacción al local, dado que el restante se lo cobra a la empresa en concepto de comisión.

Adicionalmente, y por la forma en la que organizan el envío de productos a domicilio, estas empresas implicaron una gran vía publicitaria para muchos negocios que comenzaron a operar vía ellas, al ofrecerles un servicio de reparto que le permitía ampliar sus ventas mediante este medio, pudiendo hacerlo sin realizar inversiones de capital adicionales, contratar personal, tener experiencia en soluciones informáticas o desarrollar una presencia on-line (López Mourelo, 2020). La fuerte presencia de estas empresas en el campo de las telecomunicaciones –principalmente en internet y redes sociales- junto al impacto visual que generan en la vía pública los miles de trabajadores con mochilas ofrecen una publicidad

novedosa y sumamente útil, ampliando el mercado para los comercios adheridos a la aplicación.

Ahora bien, al situarse en el medio entre consumidores y productores, las plataformas de reparto comienzan a apropiarse de una porción del valor total de los bienes. Como vimos, estas apps ofrecen el servicio de reparto de los productos comprados vía su interfaz digital, pero además cobran un porcentaje de la transacción realizada por este medio. De esta manera, y a medida que este canal de venta se vuelve más importante, una parte mayor del precio final termina correspondiendo a la plataforma. Aunque podría pensarse que esto generaría un aumento en el precio del bien final, sin embargo, esto no es lo que sucede, sino que la plataforma termina apropiando un mayor porcentaje de los beneficios al interior de la cadena a costa de los demás eslabones. Sin embargo, también puede pensarse que las plataformas amplían el valor total de la cadena al potenciar la demanda y que funcionan como empresas en las cuales los locales pudieron tercerizar el servicio de delivery. Por lo tanto, no está claro cuál es el efecto final sobre cada eslabón de la cadena.

Como subgrupo de las plataformas gestoras de fuerza de trabajo, uno de los ejes centrales que distingue a las plataformas de reparto es que su intermediación va más allá de la puesta en contacto de sujetos independientes: estas gestionan algorítmicamente el trabajo de los repartidores y realizan las ventas de las mercancías de los locales pidiendo que produzcan “justo a tiempo”. Con el auxilio de las nuevas tecnologías, las plataformas convierten servicios laborales internos que eran parte de los establecimientos en servicios transables en el mercado, pero gestionados de manera centralizada en tiempo real por un algoritmo; esta externalización, en apariencia eficiente, se realiza sobre dos ejes: la gestión a cargo de los algoritmos y la transferencia de riesgos.

Las plataformas, a través de “los términos y condiciones”, determinan unilateralmente las condiciones del servicio tanto para trabajadores, como para clientes y empresas. La empresa obliga a utilizar cierta vestimenta y herramientas de trabajo -además de poseer un smartphone- las cuales no son provistas por la app y, en general, deben ser adquiridas por los trabajadores, como parte del proceso de transferencia de riesgos y costos. Y, por supuesto, determina el precio de cada servicio. Así, los trabajadores por aplicación que, en apariencia - y en el registro-, se presentan como independientes, no tienen poder de decisión pues son los algoritmos quienes delimitan el valor, las zonas y los recorridos que deben realizar (Duggan et al, 2020; Haidar, 2020). En este sentido, las formas de contratación esconden bajo una

relación comercial entre sujetos recíprocamente iguales una relación de dependencia encubierta.

En este punto, es importante retomar la transformación que significan ya que compiten con el sistema de delivery tradicional, dónde el trabajador se encontraba en relación directa y trabajaba para un establecimiento en particular. En la relación actual con los establecimientos gastronómicos, las aplicaciones les brindan el servicio de delivery, anteriormente internalizado por el local respectivo, convirtiéndose a la vez en una nueva “vidriera” de negocios y publicidad, para lograr nuevos canales de comercialización, compitiendo con el servicio de delivery tradicional. En este sentido, una parte de los “nuevos” puestos de trabajo creado son en realidad reemplazo del servicio tradicional gestionado por los establecimientos de comida.

En el caso de un delivery del sector tradicional, el ingreso se lograba a través de dos mecanismos: el salario y las propinas. El primero puede asumir diversas formas, en el pago mensual, el pago por día trabajado, con recibo de sueldo o en mano, pero el trabajo lo hace en relación con un único establecimiento que le paga por cantidad de horas de dedicación, por tiempo de trabajo. Mientras que, en el caso de los trabajadores por app, estos deben trabajar registrados como monotributistas u autónomos y reciben su pago “a destajo”, donde brindan el servicio para diversos establecimientos asignados por la aplicación “on demand” (Haidar, 2020), a lo que suman posibles propinas pagadas por la aplicación o en mano.

A su vez, el trabajador carece de organización empresarial, y si bien aporta materiales al proceso de trabajo esto no debe ser entendido como una dimensión de su independencia, sino más bien de su precariedad ya que la principal herramienta de trabajo, y sin la cual no tendría acceso al trabajo, la app, no es del trabajador. Este es gestionado por ella, ya que es la aplicación la que dispone de la información y los datos del trabajador, la cartilla de locales y los clientes.

La informalidad fue la primera forma de desconocer la relación de dependencia, pero ahora esta se esconde o niega bajo la apariencia de independencia ya que se encuentra registrada como “independiente”, pero en la esencia, es una relación de dependencia. Una vez más, las formas esconden el contenido de estas relaciones laborales.

#### **4. Plataformas de delivery en Argentina: una comparación con trabajadores de la misma ocupación**

Las plataformas digitales han impactado de manera distinta en las naciones a las cuales han arribado. En este caso, resulta de interés plantear el desembarco de estas en la Argentina.

Hacia el 2015, en Argentina el fenómeno de las plataformas era muy incipiente y únicamente operaban 5 firmas de capitales nacionales: Mercado Libre, Zolvers, Iguanafix, Workana y Nubelo (Madariaga et al, 2019). Sin embargo, a partir de 2016 comenzó a darse un proceso de expansión de estas empresas digitales debido a múltiples motivos. En primer lugar, el gobierno de Mauricio Macri promovía el ideal del emprendedurismo y el debilitamiento de las instituciones de protección del trabajo<sup>10</sup> (Haidar, 2020); pero además implementó desregulaciones en el mercado de capitales desde y hacia el exterior que facilitaron el ingreso de múltiples plataformas, tales como Uber, Airbnb, Glovo, Rappi o Freelancer (Madariaga et al., 2019; López Mourelo, 2020). En segundo lugar, el mercado de trabajo se encontraba con alto desempleo (9,3% en el 2º trimestre de 2016, 8,7% en mismo período de 2017 y 9,6% en mismo período de 2018), deterioro del poder adquisitivo, aumento de la informalidad laboral (entre 33% y 35% entre 2017 y 2019) y un creciente flujo migratorio, mayormente desde Venezuela, con necesidad de conseguir rápidamente un empleo. En tercer lugar, ya existían hábitos de consumo de los servicios que las plataformas vinieron a intermediar (transporte, delivery de comida, alojamiento).

A pesar de su desarrollo, a septiembre de 2021, únicamente hay dos empresas operando en este mercado: Rappi y Pedidos Ya. Sin embargo, llegaron a ser 4: las dos mencionadas más Glovo y Uber Eats. Esto parecería indicativo de la batalla por apoderarse de un mercado bajo la lógica de las economías de red, para lograr convertirse en un monopolio.

Analizando el sector de plataformas de reparto, el impacto de estas plataformas fue notorio, tanto en términos de visibilidad urbana –tanto por las prendas de colores llamativas que visten los repartidores como por las aglomeraciones que a veces se generan en los polos gastronómicos de las ciudades- como en términos de nuevos puestos laborales en un momento en el que el mercado de trabajo estaba en franco deterioro. Siendo una excelente oportunidad para “salir del desempleo” de manera temporaria, esperando una mejor oportunidad o “la llegada de la temporada”, pero también como una oportunidad para complementar ingresos (Madariaga et al, 2019).

---

<sup>10</sup> Como bien señala Haidar (2020), en el año 2017 se sancionó la ley de “Apoyo al Capital Emprendedor”, la cual permitió crear empresas de forma sumaria y con un capital social inicial muy pequeño (Sociedad por Acciones Simplificada). Adicionalmente, el gobierno nacional diseñó un proyecto de reforma laboral que no terminó siendo tratado en el Congreso Nacional, pero que incluía una nueva figura en la legislación argentina: el autónomo económicamente dependiente. Con esta figura se buscaba instituir una forma más flexible y precaria de contratación laboral, a tono con las demandas empresarias (Haidar, Diana Menéndez y Arias, en prensa).



Las facilidades que tienen las personas para comenzar a operar a través de ellas en Argentina son muy grandes: solo se requiere ser mayor de edad, un medio de transporte en el que llevar los pedidos, un celular para operar por la aplicación y el registro como monotributista ante la AFIP. El casco o chaleco reflectante y demás elementos de seguridad corren por cuenta de la persona, y cuando son entregados por la empresa se hace bajo un costo a cargo del repartidor (López Mourelo, 2020).

En lo que respecta a la gestión del pago con los establecimientos, este es percibido en primer lugar por la plataforma digital y luego es transferido a la empresa que suministra el producto, previo descuento de la comisión (López Mourelo, 2020). Sin embargo, no está claro cuáles son los plazos de esta acreditación, e inclusive puede ir de hasta algunos días hasta casi dos meses. Esto, como se mencionó anteriormente, da lugar para valorización financiera entre los plazos de acreditación de los pagos hechos por los clientes a los locales asociados. Además, el contrato comercial tiene un vigor de 24 meses y no requiere de un mínimo o máximo de envíos para incorporar en su catálogo los productos de los comercios adheridos. Sumado a ello, con la creciente demanda producto durante la pandemia, las plataformas pudieron aumentar las comisiones que le cobran a los locales, que en algunos casos llegó al 35%<sup>11</sup>.

En cuanto a las modalidades de contratación, los repartidores de Rappi y Pedidos Ya se desempeñan únicamente como trabajadores independientes, aunque la segunda de estas firmas en sus inicios contrataba trabajadores como asalariados bajo la nómina de Repartos Ya S.A. (López Mourelo, 2020). Como se dijo previamente, esta modalidad de contratación implica trasladar hacia la persona que presta el servicio los costos relativos al pago de aportes y contribuciones, gastos de administración, seguros contra accidentes y ausencias por enfermedad. A su vez, los repartidores deben facturar a los usuarios, y no a la aplicación, por los servicios brindados; esto además debe hacerse cada determinado monto trabajado, lo cual agrega un trabajo adicional al trabajador y vuelve engorroso el proceso de emisión de comprobantes. Aunque en su mayoría sean pagos con tarjetas de débito o crédito, en algunas ocasiones los repartidores deben realizar pagos en efectivo y después exigir el cobro a la persona que pidió el producto, lo cual los hace contar con dinero de la empresa que deben depositar en locales de cobro extrabancario, como Rapipago o Pago Fácil. Dado que estos locales no tienen una disponibilidad las 24 horas del día, y sumado a que los repartidores tienen un monto tope de efectivo a partir del cual no pueden seguir operando; las y los

---

<sup>11</sup> Para más información: <https://www.cronista.com/apertura-negocio/empresas/PedidosYa-Rappi-y-Glovo-deberan-informar-cuanto-cobran-de-comision-a-comercios-20200806-0006.html>

repartidores pueden ver bloqueada la posibilidad de seguir repartiendo productos, teniendo que destinar tiempo adicional para estas gestiones.

Las estimaciones indican que los trabajadores de plataformas eran aproximadamente 160.000<sup>12</sup> (Madariaga et al., 2019), aunque los de reparto implican una porción menor<sup>13</sup>. Diversos estudios (Madariaga et al., 2019; Haidar, 2020; López Mourelo, 2020) muestran algunas características centrales de esta fuerza laboral: población joven (más del 60%), con fuerte presencia masculina (más del 85%) y migrante (entre 60% y 80% y mayormente venezolana). Sin embargo, no toda la población es joven y existen un 35% aproximadamente con edad mayor a 30 años. En lo que respecta a su nivel educativo, se trata de una población trabajadora sobrecalificada para la complejidad que conlleva este trabajo, sobre todo en el caso de los migrantes que han tenido dificultades para conseguir un empleo formal dada su falta de trayectoria laboral local y/o dificultades para validar títulos. Haidar (2020) estima que la mitad de la población tiene estudios superiores completos o incompletos, López Mourelo (2020) estima ese guarismo en un 40% y Madariaga et al. (2019) en más del 90%. La antigüedad que tienen en este trabajo es, en el 70% de los casos, menor a un año. Un porcentaje importante considera al trabajo en las plataformas de delivery como su fuente de ingresos principal (70% en Haidar (2020), 89,4% en López Mourelo (2020) y 61% en Madariaga et al. (2019), aunque este último engloba a todos los trabajadores de plataformas, no solo a los de delivery.

Uno de los objetivos de este escrito es analizar los ingresos de esta población y compararlos con los ingresos de trabajadores que realizan similares tareas, pero no necesariamente mediante una plataforma. Para los primeros se tomaron los datos de las encuestas de Haidar (2020) y López Mourelo (2020); para los segundos, se tomaron los datos relevados por la EPH-INDEC donde se filtró por el Clasificador Nacional de Ocupaciones (CNO) según tareas que involucren repartidores o delivery<sup>14</sup>. Dado que sendos informes realizaron encuestas en julio de 2020 y en julio de 2019, resulta necesario trasladar estos valores a una unidad de medición actual. Si bien el dólar estadounidense suele utilizarse con dicho objetivo, se decidió no usar esta variable dada la volatilidad que existe en el mercado cambiario argentino. Por ese motivo, se convirtieron los valores a pesos constantes de agosto

---

<sup>12</sup> Dicha estimación podría no resultar la más indicada dado el crecimiento que las empresas experimentaron a partir de ese momento.

<sup>13</sup> Según Madariaga et al. (2019), aproximadamente 133.000 trabajadores corresponden a servicios físicos de baja calificación como Rappi, aunque otras plataformas como Uber también se encuentran en esta categoría. López Mourelo (2020) calcula en aproximadamente 7.000 esta población.

<sup>14</sup> Específicamente se filtró por el código 32314 y 32323 para la variable codificada de la tarea (PP04D\_COD).

de 2021, último mes del cual se tiene el valor de la inflación relevada por el INDEC. Se optó por tomar como referencia las estimaciones correspondientes a la EPH para el segundo trimestre de 2019, dado el cambio metodológico en el relevamiento producto del Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO), su correspondiente aumento en la no respuesta y sus consecuencias en la robustez de las estimaciones para el año 2020.

Una vez aclarado esto, las estimaciones de López Mourelo (2020) para julio de 2019 y Haidar (2020) en julio de 2020 muestran que los trabajadores de plataformas de reparto trabajan 49,7 y 48 horas por semana y obtienen, a pesos constantes de agosto de 2021, \$46.572 y \$64.663 mensuales, con propinas y sin contar los gastos necesarios para poder trabajar. Esto implica un ingreso horario de \$234,3 y de \$336,8. Por su parte, los datos de la EPH muestran que, en el 2° trimestre de 2019, un trabajador que realizaba dicha tarea trabajaba 38,6 horas por semana y ganaba, a pesos constantes de agosto de 2021, \$36.148, lo cual implica un salario horario de \$253,0.

*Tabla I. Media de ingreso mensual promedio, horas semanales trabajadas promedio e ingreso horario promedio según López Mourelo (2020), Haidar (2020) y Encuesta Permanente de Hogares (EPH-INDEC).*

	López Mourelo	Haidar	EPH- NDEC
	<i>Julio-2019</i>	<i>Julio-2020</i>	<i>2T-2019</i>
<b>Ingreso mensual promedio (en \$)</b>	46.572	64.663	36.148 (9016,4)
<b>Horas semanales trabajadas promedio</b>	49,7	48	38,6 (17,0)
<b>Ingreso horario promedio (en \$)</b>	234,3	336,8	253,0

*Fuente: Haidar (2020), López Mourelo (2020) y elaboración propia en base a microdatos de la Encuesta Permanente de Hogares (EPH-INDEC). N = 35.*

Ahora bien, como se puede ver en la **Tabla I**, si analizamos el ingreso horario promedio, la estimación de Haidar (2020) se encuentra significativamente por encima de las otras dos (más del 40%). Esto podría deberse a que la distribución del ingreso de los trabajadores puede estar

alterada por ciertos valores extremos. Si tomamos la mediana del ingreso mensual de todos los estudios elegidos, los valores quedan configurados de la siguiente manera.

*Tabla II. Mediana de ingreso mensual promedio, horas semanales trabajadas promedio e ingreso horario promedio según López Mourelo (2020), Haidar (2020) y los datos relevados de EPH correspondientes a trabajadores de delivery tradicionales.*

	López Mourelo	Haidar	EPH- INDEC
	Julio-2019	Julio-2020	2T-2019
<b>Ingreso mensual (en \$)</b>	44.287	52.974	35.040 (9016,4)
<b>Horas semanales trabajadas promedio</b>	49,7	48	38,6 (17,0)
<b>Ingreso horario promedio (en \$)</b>	222,8	275,9	203,7

*Fuente: Haidar (2020), López Mourelo (2020) y elaboración propia en base a microdatos de la Encuesta Permanente de Hogares (EPH-INDEC). N = 35.*

Al comparar los valores volcados en la **Tabla II**, es posible notar que los ingresos horarios de los trabajadores de plataformas de reparto relevados por López Mourelo y las estimaciones de EPH son similares, mientras que la estimación de Haidar se encuentra 51,2% por encima de la segunda. Sin embargo, es preciso recordar algunas características de ambos empleos que podrían achicar o inclusive revertir esta diferencia: i) los trabajadores de plataformas deben deducir los gastos que tiene para poder trabajar (paquete de datos de internet, pago de monotributo, gastos en reparaciones de vehículo y elementos de seguridad); y ii) el trabajador de delivery tradicional, en algunos casos, se encuentra empleado formalmente, por lo cual se encuentra cubierto frente a gastos derivados de accidentes laborales y ausencias debido a problemas de salud.

Por otro lado, tomando las estimaciones para la media de Haidar (2020) y López Mourelo (2020) el salario promedio de un trabajador de plataformas de reparto es entre 80% y 149% mayor al Salario Mínimo, Vital y Móvil (SMVM) de agosto de 2021 (\$25.920)<sup>15</sup>,

<sup>15</sup> Según Res. 4/2021. CNEPySMVyM7 del Boletín Oficial: El SMVM “A partir del 1° de julio de 2021, en PESOS VEINTICINCO MIL NOVECIENTOS VEINTE (\$25.920,00) para todos los trabajadores mensualizados que cumplen la jornada legal completa de trabajo, conforme el artículo 116 del Régimen de Contrato de Trabajo aprobado por la Ley

respectivamente. Además, es apenas superior al ingreso medio individual de la población de \$43.907 según el informe de Evolución de la distribución del ingreso de EPH-INDEC.

En este sentido es posible plantear como conclusión preliminar que el principal déficit de calidad de estos puestos de trabajo no es necesariamente sus ingresos, sino la transferencia de costos y riesgos que implica para los trabajadores.

## **5. Conclusiones y reflexiones finales**

Luego de haber caracterizado al fenómeno de las plataformas y más específicamente al de las plataformas de delivery, y haber establecido una comparación entre el ingreso horario promedio de un trabajador de plataformas de reparto y el de un trabajador de delivery tradicional; es posible llegar a algunas reflexiones.

En el segundo apartado, se describieron las características de las plataformas digitales en general y las de un conjunto de ellas, que llevan a cabo una determinada gestión de la fuerza de trabajo novedosa y diferente a las formas tradicionales, fruto del desarrollo de la tecnología y la profundización de la precarización laboral. Estas últimas son las plataformas gestoras algorítmicas de la fuerza de trabajo.

En el tercer apartado, se seleccionó a un tipo de estas plataformas: las de delivery. Allí, se mostró como llevan a cabo la mencionada gestión algorítmica de la fuerza de trabajo, y como tras el velo de la intermediación de servicios de reparto se esconde una creciente expansión tanto en la intermediación de compraventa de bienes como en la intermediación financiera.

En el cuarto apartado, se analizó la llegada de estas a Argentina y la diferencia de ingresos que existe con respecto a las personas que realizan tareas de delivery. El trabajo en plataformas de reparto permite, con una dedicación de 48 horas por semana -la máxima permitida en el país-, llegar a un ingreso horario promedio mayor al que permite un trabajo de delivery tradicional (esto suponiendo que los gastos en los que debe incurrir un trabajador de plataformas no compensan la brecha entre ambas formas de contratación). Sin embargo, si bien algunas características del trabajo parecen positivas y son valoradas por los oferentes de servicios, tales como cierto grado de autonomía y libertad; también hay otras que evidencian un alto grado de precarización laboral y transferencias de riesgos, principalmente al no

---

N° 20.744 (t.o. 1976) y sus modificatorias, con excepción de las situaciones previstas en los artículos 92 ter y 198, del mismo cuerpo legal, que lo percibirán en su debida proporción, y de PESOS CIENTO VEINTINUEVE, CON SESENTA CENTAVOS (\$129,60) por hora para los trabajadores jornalizados.”

asegurar el establecimiento de una relación de dependencia formal con lo que ello implica (seguros, pago de aportes y contribuciones, licencias frente a enfermedad). Sumado a que, al compararlo con el SMVM y el ingreso medio de la población, el ingreso del trabajador de plataformas de reparto se encuentra por encima; es posible concluir que la precarización de estos no pasa por el monto percibido por sus servicios, sino que proviene del no reconocimiento de una relación laboral de dependencia. Esta situación se enmarca, a su vez, en un momento del mercado de trabajo argentino que potencia las tendencias a la precarización. El alto desempleo, la alta informalidad y la caída del poder adquisitivo de los trabajadores no hacen más que incrementar la entrada de personas en trabajos de estas características y la precarización a la que se ven sometidas.

En ese sentido, el Estado argentino debe pregonar la regulación de esta actividad a los fines de reconocer los derechos laborales que le corresponden a esta fuerza laboral. Dado que se trata de un mercado con una demanda importante y que los ingresos a los que permite acceder la plataforma son acordes al tipo de actividad de baja calificación pensar en su prohibición parece desacertado. La decisión tomada por el Gobierno de la Provincia de Buenos Aires<sup>16</sup> de reconocer esta relación de dependencia resulta un paso importante y significativo en el largo camino que espera por delante. Adicionalmente, si bien este trabajo se enfoca en el impacto de las plataformas sobre los trabajadores, para futuras investigaciones queda por analizar las consecuencias sobre los locales que adhieren a los servicios de delivery, dado que, aunque se ven beneficiados por una creciente publicidad en redes y en la propia interfaz, también incurren en un costo adicional, el cual según algunas estimaciones es cada vez mayor.

## Referencias

Beccaria, L. y Maurizio, R. (2019). Algunas reflexiones en torno al empleo en plataformas y a los mecanismos de protección. *Alquimias Económicas*.

Berg, J., Furrer, M., Harmon, E., Rani, U. y Six Silberman, M. (2019). *Las plataformas digitales y el futuro del trabajo. Cómo fomentar el trabajo decente en el mundo digital* Oficina Internacional del Trabajo – Ginebra: OIT, 2019.

---

<sup>16</sup> Ver [https://www.eldiarioar.com/economia/provincia-buenos-aires-impuso-multas-millonarias-glovo-rappi-pedidosya-irregularidades-laborales\\_1\\_8071871.html](https://www.eldiarioar.com/economia/provincia-buenos-aires-impuso-multas-millonarias-glovo-rappi-pedidosya-irregularidades-laborales_1_8071871.html) y <https://www.pagina12.com.ar/371749-provincia-de-buenos-aires-ratifican-una-multa-contra-rappi-p>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)/Organización Internacional del Trabajo (OIT), “Trabajo decente para los trabajadores de plataformas en América Latina”, Coyuntura Laboral en América Latina y el Caribe, N° 24 (LC/TS.2021/71), Santiago, 2021.

Del Bono, A. (2019). Trabajadores de plataformas digitales: Condiciones laborales en plataformas de reparto a domicilio en Argentina. *Cuestiones de Sociología*, 20, e083. Disponible en: <https://doi.org/10.24215/23468904e083>

De Stefano, V. (2016). The rise of the “just-in-time workforce”: On-demand work, crowdwork and labour protection in the “gig economy”, Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.

Duggan J, Sherman U, Carbery R, McDonnell A. (2018). Algorithmic management and appwork in the gig economy: A research agenda for employment relations and HRM. *Hum Resour Manag J.* 2020; 30:114–132. Disponible en: <https://doi.org/10.1111/1748-8583.12258>

Gandini, A. (2019) Labour process theory and the gig economy. *Human Relations*.

Haidar, J. (2020). La configuración del proceso de trabajo en las plataformas de reparto en la Ciudad de Buenos Aires. Un abordaje multidimensional y multi-método. Instituto de Investigaciones Gino Germani (IIGG), Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (FSOC – UBA). Informes de Coyuntura N°11 Octubre 2020.

Huws, U. (2016). Logged labour: a new paradigm of work organisation? *Pluto Journals. Work Organisation, Labour & Globalisation* , Vol. 10, No. 1 (Spring 2016), pp. 7-26. Disponible en: <https://www.jstor.org/stable/10.13169/workorgalaboglob.10.1.0007>

International Labour Organization (2021). The role of digital labour platforms in transforming the world of work International Labour Office – Geneva: ILO, 2021.

Kilpi, E. (2016). A new growth Theory. Recuperado de <https://medium.com/@EskoKilpi/one-theoryto-rule-them-all-c942486e4b30/>

Lee, M. K., Kusbit, D., Metsky, E. y Dabbish, L. (2015). Working with Machines: The Impact of Algorithmic and Data-Driven Management on Human Workers. *Human-Computer Interaction Institute, Heinz College Carnegie Mellon University. CHI 2015, April 18 - 23, 2015, Seoul, Republic of Korea.*

López Mourelo, E. (2020). El trabajo en las plataformas digitales de reparto en Argentina: Análisis y recomendaciones de política Buenos Aires; Oficina de país de la OIT para Argentina.

Madariaga, J., Buenadicha, C., Molina, E. y Ernst, C. (2019). Economía de plataformas y empleo ¿Cómo es trabajar para una app en Argentina?, CIPPEC-BID-OIT. Buenos Aires, 2019.

Marx, K. (2015). El capital. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

MIT Technology Review, (2016). The Rise of Data Capital. Disponible en: [http://files.technologyreview.com/whitepapers/MIT\\_Oracle+Report-The\\_Rise\\_of\\_Data\\_Capital.pdf](http://files.technologyreview.com/whitepapers/MIT_Oracle+Report-The_Rise_of_Data_Capital.pdf)

Möhlmann, Mareike y Zalmanson, Lior. (2017). “Hands on the wheel: Navigating algorithmic management and Uber Drivers’ autonomy”, International Conference on Information Systems.

Ottaviano, J. M., O’Farrell, J. y Maito, M. (2019). Organización sindical de trabajadores de plataformas digitales y criterios para el diseño de políticas públicas. Friedrich Ebert Stiftung (FES), Argentina. Análisis N° 49 – 2019.

Rogers, B. (2016). Employment Rights in the Platform Economy: Getting Back to Basics, Harvard Law & Policy Review, vol. 10, pp. 479-520.

Scaccera, S. (2019). El despotismo de los algoritmos. Cómo regular el empleo en las plataformas. Este artículo es copia fiel del publicado en la revista Nueva Sociedad No 279, enero-febrero de 2019, ISSN: 0251-3552.

Scasserra, S. y Sai, L. F. (2020). La cuestión de los datos. Plusvalía de vida, bienes comunes y Estados inteligentes. Fundación Friedrich Ebert Stiftung (FES), Buenos Aires, Argentina.

Srnicek, N. (2016). “Capitalismo de plataformas”, Buenos Aires: Caja Negra, 2016.

Todolí-Signes, Adrian, El Impacto De La 'Uber Economy' En Las Relaciones Laborales: Los Efectos De Las Plataformas Virtuales En El Contrato De Trabajo (Uber Economy Impact on the Industrial Relationships: The Effect of the Virtual Platforms on the Employment Contract



Concept) (December 18, 2015). IUS Labor 3/2015, p. 1-25, Available at SSRN:  
<https://ssrn.com/abstract=2705538>