



Las plataformas de reparto en Argentina: entre el cambio de gobierno y la pandemia



Julieta Haidar (Coordinadora),
Nicolás Diana Menéndez,
Gastón Bordarampé,
Milagros Ailén Pérez y
Cora Arias



Colección
#MétodoCITRA
Nº 08

Diciembre 2021
ISSN 2618-351X



Las plataformas de reparto en Argentina: entre el cambio de gobierno y la pandemia

Julieta Haidar (Coordinadora),
Nicolás Diana Menéndez,
Gastón Bordarampé,
Milagros Ailén Pérez y
Cora Arias

Comité Editorial

Juan Eduardo Bonnin. CITRA (CONICET-UMET)/UNSAM

Cora Arias. CITRA (CONICET-UMET)/UBA

María Inés Fernández Álvarez. CITRA (CONICET-UMET)/UBA

Comité Académico

Marta Novick. CITRA (CONICET-UMET)/UBA

Nicolás Diana Menéndez. CITRA (CONICET-UMET)/UNSAM

Julietta Haidar. CITRA (CONICET-UMET)/UBA/UNER

Laura Rodríguez Agüero. INCIHUSA (CONICET-UnCuyo)

Andrea Del Bono. CITRA (CONICET-UMET)/UNAJ y UNLP

María Soledad Catoggio. CIS-CONICET/ IDES

Cecilia Magadán. CELES (UNSAM)

Alejandro Vignolo. UdelAR, Uruguay

Andrea Andújar. IIEGE (FFyL, UBA)/CONICET

Pablo Ghigliani. IdIHCS-CONICET/UNLP

María de los Ángeles Di Capua. UNR

Luis Miguel Donatello. CEIL (CONICET)/UNL/UBA

Mabel Grimberg. ICA (FFyL- UBA)

Gloria Rodríguez. NET, ISHIR/UNR

Andrea Villagrán. ICSOH, CONICET-UNAS

Diagramación

Ivana Fioravanti.

La colección #MétodoCITRA es una publicación actualizada en forma continua dedicada a la difusión de los estudios y experiencias realizadas en CITRA y/o en colaboración con otras Instituciones sobre temas de: Estudios sociales del trabajo, Sustentabilidad del empleo, Innovación, Estudios sectoriales, Cultura, Comunicación en el lugar de trabajo, Riesgos psicosociales del trabajo, Estudios CTS, Género y Trabajo y Educación y formación para el trabajo.

ISSN 2618-351X

Haidar, J. (Coord.); Diana Menéndez, N.; Bordarampé, G.; Pérez, M. y Arias, C. (2021). Las plataformas de reparto en Argentina: entre el cambio de gobierno y la pandemia. Colección #MétodoCITRA, Número 8. CABA: CITRA. ISSN 2618-351X

Resumen

En este informe se presentan los resultados de una investigación llevada adelante por el equipo de plataformas del CITRA. El objetivo del estudio es describir y analizar las transformaciones producidas en el sector del delivery de plataformas en general, y en las relaciones laborales en particular, durante la pandemia en Argentina. Las empresas de plataforma de reparto se instalaron en el país a comienzos de 2018 en un contexto propicio para su despliegue y consolidación. El cambio de signo político en el gobierno a fines de 2019 y, fundamentalmente, el advenimiento de la pandemia y el confinamiento en marzo de 2020 constituyen puntos de inflexión que modifican el desarrollo de estas empresas.

En base a datos cuantitativos y cualitativos recolectados durante 2020 y 2021, se analiza el impacto de esos puntos de inflexión en diferentes aspectos de la configuración del modelo de negocios y de la relación capital-trabajo en las plataformas: la presencia y desarrollo de las plataformas en el mercado argentino, sus vínculos con los/as proveedores/as o comercios "aliados" o "partners", los perfiles sociodemográficos de las y los trabajadores de reparto y las dinámicas de trabajo durante la pandemia, las formas de organización y protesta de las/os trabajadoras/es, y las propuestas de regulación laboral a nivel nacional y subnacional.

Los principales resultados de la investigación indican que las plataformas de reparto se convirtieron en una actividad refugio en un contexto de creciente desocupación, pero que ese trabajo es informal y precario. Las condiciones abusivas de estas empresas no se dirigen únicamente hacia el colectivo laboral, sino también hacia los locales gastronómicos que, durante el aislamiento, se vieron forzados a utilizarlas para subsistir. En consecuencia, se requiere la imperiosa intervención de las autoridades gubernamentales para contener y regular a las plataformas. Se trata de un fenómeno mundial en expansión que va construyendo nuevos mercados y hábitos de consumo. Para poder mitigar los daños generados por el avance desmesurado de estas empresas, se torna indispensable articular mecanismos de control a nivel internacional y, desde la fuerza laboral, coordinar acciones internacionales que visibilicen y denuncien los excesos cometidos.

Palabras clave

Plataformas de reparto, pandemia, relaciones laborales, sector gastronómico, organizaciones sindicales, regulación.

Abstract

This report presents the findings of research carried out by the platform work study group of CI-TRA. The objective of the study is to describe and analyze the transformations produced in food delivery platforms in general, and in labour relations in particular, during the pandemic in Argentina. Delivery platform companies arrived to the country at the beginning of 2018 in a favourable context for their development and consolidation. The change of government at the end of 2019 and, fundamentally, the emergence of the pandemic and the lockdown in March 2020, are turning points that modify the development of these companies.

Based on quantitative and qualitative data collected during 2020 and 2021, the impact of these turning points on different aspects of the configuration of the business model and the capital-labour relations in the platforms is analyzed: the presence and development of the platforms in the Argentine market, their links with suppliers or "ally" or "partner" businesses, the sociodemographic profiles of the delivery workers and the work dynamics during the pandemic, the forms of organization and protest of the workers, and the proposals for labour regulation at the national and subnational levels.

The main research findings indicate that the delivery platforms became a refuge activity in a context of growing unemployment, but that this work is informal and precarious. The abusive conditions of these companies do not only concern the workers, but also the food businesses that, during the lockdown, were forced to use them to survive. Consequently, the intervention of government authorities is required to contain and regulate the platforms. They constitute an expanding global phenomenon, which is constructing new markets and consumption habits. In order to mitigate the damages generated by the uncontrolled advance of these companies, it is essential to articulate control mechanisms at international level and, from the side of the workforce, to coordinate international actions that make visible and denounce the excesses of the platform companies.

Key words

Delivery platforms, pandemic, labour relations, gastronomic sector, trade union organizations, regulation.

Sobre los/as autores/as

Julieta Haidar

Dra. en Ciencias Sociales (FSOC-UBA). Investigadora Adjunta de CONICET con sede en CITRA. Directora Académica de la Escuela de Formación Sindical de CITRA. Docente de la Universidad de Buenos Aires y de la Universidad Nacional de Entre Ríos.

Nicolás Diana Menéndez

Dr. en Ciencias Sociales (FSOC-UBA). Investigador Adjunto de CONICET con sede en CITRA. Director de la Licenciatura en Políticas Públicas y Gobierno UMET. Docente del IDAES/UNSAM.

Gastón José Bordarampé

Lic. en Relaciones Laborales (UNLaM). Candidato a beca-rio CONICET en CITRA.

Milagros Ailén Pérez

Lic. en Comunicación Social (UNLP). Candidata a becaria CONICET en CITRA.

Cora Cecilia Arias

Dra. en Ciencias Sociales (FSOC-UBA). Investigadora Adjunta de CONICET con sede en CITRA. Secretaria de Investigación UMET. Docente de la Universidad de Buenos Aires.

Índice

9	1. Presentación		
12	2. Las plataformas de reparto en Argentina. <i>Milagros Ailén Pérez y Gastón Bordarampé</i> 2.1. La llegada de las plataformas a Argentina y sus características principales 2.2. Las plataformas durante la pandemia		
17	3. Los vínculos de las plataformas con los “aliados” o “partners”. <i>Julieta Haidar</i> 3.1. Las plataformas como creadoras del mercado de delivery 3.2. Las plataformas y los “aliados”, una relación asimétrica		
27	4. Las/os trabajadoras/es de reparto y sus condiciones laborales. <i>Julieta Haidar</i> 4.1. Las plataformas como refugio: perfiles sociodemográficos y trayectorias laborales de las/os repartidoras/es 4.2. Los cambios en las dinámicas de trabajo durante la pandemia		
34	5. Las formas de organización y protesta de las/os trabajadoras/es de reparto. <i>Nicolás Diana Menéndez</i> 5.1. Las primeras experiencias organizativas 5.2. Nuevas expresiones surgidas o fortalecidas durante la pandemia		
43	6. Las propuestas de regulación laboral a nivel nacional y subnacional. <i>Nicolás Diana Menéndez</i> 6.1. El proyecto de estatuto del Ministerio de Trabajo de la Nación 6.2. Otras intervenciones públicas subnacionales		
52	7. Principales hallazgos		
54	8. Recomendaciones		
58	Bibliografía		

#MétodoCITRA

Nº 08



Las plataformas de reparto en Argentina: entre el cambio de gobierno y la pandemia*

Diciembre 2021

* Este trabajo fue realizado por el Equipo de trabajo sobre Plataformas del Nodo CITRA en el marco del proyecto PISAC COVID-19 N°85 "Programa de Investigación Regional Comparativa (PIRC): Cambios recientes en la estructura social argentina: trabajo, ingresos y desigualdad social en tiempos de pandemia y postpandemia", acreditado y financiado por FONCYT, que tiene como IR general a Pablo Dalle y como IR del nodo CITRA a Julieta Haidar.



En el último lustro, las plataformas de trabajo se han convertido en una singularidad de la actual etapa del capitalismo. Se trata de plataformas digitales globales que utilizan la gestión algorítmica para conectar a trabajadores/as, supuestamente independientes, con consumidores/as y proveedores/as para tareas puntuales que se completan virtualmente o en persona (Haidar et al, 2020). Se presentan a sí mismas como meras intermediarias tecnológicas y por esta vía intentan eludir las regulaciones del trabajo, comerciales o impositivas existentes a nivel internacional o en los distintos territorios en que se insertan.

Estas plataformas surgieron a partir de la imbricación del desarrollo de la tecnología digital, que ofrece posibilidades inéditas de expansión o escalabilidad con costos marginales cercanos a cero y, tras la crisis mundial de 2008, la disponibilidad de recursos financieros de capitales de riesgo (*venture capitals*) con altos niveles de liquidez (Haidar & Keune, 2021).

Este dato no es menor, dado que estas empresas son paradigmáticas del paso de una organización económica basada en la tecnología analógica a otra desarrollada en base a la tecnología digital, esto es, prescindente de recursos locales y de la necesidad de lograr eficiencia productiva para generar ganancias. Las plataformas digitales responden a otra lógica, se construyen con tres condiciones o características: i) la escalabilidad ilimitada (entre otras cosas, una aplicación puede descargarse en forma ilimitada), ii) la capacidad de arbitrar precios en función del comportamiento del mercado y no de los costos, iii) la prescindencia de activos (*assets*) propios para pasar a operar recursos ajenos (como el auto de un chofer de Uber o la moto de un repartidor de Glovo). En este esquema digital, el foco de las empresas no está puesto en la contribución marginal -como lo era en la lógica analógica-, sino en la dinámica del mercado dado que ahora todo puede ser excepcional. La clave de este modelo de negocios es crear un mercado, y distintas empresas de un sector de actividad de plataformas (como el transporte de pasajeros) aportan a esa creación (de allí la existencia de compañías grandes como Uber y otras más pequeñas como Cabify), para luego capturar todo el mercado constituyendo una suerte de monopolio (el ganador se lleva todo) o vender su parte a la empresa con mayores recursos.

Con este modelo, las plataformas digitales de reparto, como Deliveroo, Just Eat, Glovo, Rappi, entre otras, vinieron a estructurar el servicio de *delivery* que, si bien existía

como actividad económica (algunas pizzerías y locales gastronómicos tenían repartidoras/es), no constituía un mercado organizado. De modo tal que el *core* de estas empresas reside en desarrollar un software (algoritmos) que permita organizar la logística de última milla (qué repartidor/a busca qué pedido, con qué tarifa y hacia dónde lo lleva) y crear un mercado de este servicio de logística, a través de la generación y administración de la demanda. Si hasta hace unos años el/la consumidor/a iba a comer a una hamburguesería o retiraba su pedido allí, ahora hay un nuevo hábito: pedir que le envíen la hamburguesa a domicilio. Y posiblemente, gracias a las estrategias de marketing y creación de pautas de consumo, esa persona adquiere determinado tipo de hamburguesa de determinado local comercial.

Este fenómeno tiene alcances mundiales y genera efectos sobre distintas áreas, entre ellas, la calidad del trabajo y la composición y precios del mercado gastronómico. Estos efectos, así como las características que adopta este modelo de negocios, tienen especificidades en los distintos territorios y coyunturas en las que se insertan y desarrollan. Aquí nos interesa analizar las características específicas del modelo de plataformas de reparto en Argentina.

Las plataformas globales de *delivery* se instalaron en nuestro país a comienzos de 2018 en un contexto sumamente favorable: un gobierno de orientación neoliberal (2015-2019) que promovía el emprendedurismo y el debilitamiento de las instituciones de protección del trabajo; un mercado de trabajo caracterizado por el aumento del desempleo y la informalidad laboral; la llegada de numerosos grupos de inmigrantes, mayormente venezolanos, con necesidad de conseguir empleo rápido; la preexistencia del reparto de comida como hábito de consumo. En ese marco, arribaron las empresas Rappi, Glovo y UberEats, mientras que PedidosYa, que ya venía operando con repartidoras/es contratadas/os, modificó su modalidad de gestión del trabajo para adecuarse a aquella impuesta por las plataformas instaladas en el país: despidió a sus trabajadoras/es y pasó a incorporar repartidoras/es monotributistas.

La pandemia, y en particular el aislamiento social, preventivo y obligatorio (ASPO) dispuesto por el gobierno nacional en marzo de 2020, marcó un punto de inflexión en el desarrollo de estas empresas: el servicio de *delivery* fue declarado esencial por su lugar estratégico en la reproducción social, y las plataformas expandieron rápidamente sus operaciones constituyendo una suerte de monopolio natural que las tornó imprescindibles. Este proceso se vio atizado por dos fenómenos. Por un lado, las/os consumidoras/es, a fin de minimizar el riesgo de contagio, se volcaron al pedido a domicilio; se multiplicaron los envíos de supermercados y la cadetería, y dado que los restaurantes, pizzerías, locales gastronómicos debieron cerrar sus puertas al público, acudieron al sistema de retiro personal "*take away*" o en forma más generalizada al servicio de *delivery* de plataformas. Por otro lado, debido a la pérdida de ingresos y puestos de trabajo, sobre todo informales, aumentó la masa de mano de obra disponible que fue captada por las plataformas.

A partir de esta caracterización, el [objetivo](#) de este documento es [describir y analizar las transformaciones producidas en el sector del delivery de plataformas en general, y en las relaciones laborales en particular, durante la pandemia en Argentina](#). Este pe-

riodo además coincide, con pocos meses de diferencia, con el cambio de gobierno a nivel nacional y también en provincia de Buenos Aires, uno de los distritos políticos más relevantes y con gran presencia de la actividad de reparto. Mientras que el macrismo se había caracterizado por una política amistosa y de promoción de estas empresas, incluyendo el respaldo a la precarización laboral que este modelo entraña, el cambio de gobierno a fines de 2019 por uno de tradición laboral o pro-obrera, generó expectativas de regular el trabajo de plataformas y reconocer a las organizaciones de trabajadores de base que habían emergido en forma temprana para resistir los abusos de las empresas.

Con este horizonte, vamos a analizar posibles transformaciones durante el período más intenso de la pandemia (entre marzo de 2020 y agosto de 2021) en los siguientes aspectos:

- La presencia y desarrollo de las plataformas en el mercado argentino.
- Los vínculos de las plataformas con los/as proveedores/as o comercios "aliados" o "partners".
- Los perfiles sociodemográficos de las y los trabajadores de reparto y las dinámicas de trabajo durante la pandemia.
- Las formas de organización y protesta de las/os trabajadoras/es de reparto.
- Las propuestas de regulación laboral a nivel nacional y subnacional.

Para llevar a cabo este trabajo hemos realizado una investigación mixta, cuanti y cualitativa. Combinamos fuentes primarias: entrevistas en profundidad efectuadas durante 2020 y 2021¹ a trabajadores/as, activistas sindicales, funcionarios y asesores del Ministerio de Trabajo de la Nación y de Provincia de Buenos Aires, referentes de la Asociación de Abogados Laboralistas, representantes de cámaras ligadas a la gastronomía, dueños de locales gastronómicos, así como una encuesta a 401 trabajadores/as de reparto en CABA realizada en julio de 2020 ("Encuesta a trabajadoras y trabajadores de plataformas de reparto CABA 2020", de ahora en más "Encuesta 2020"²), y fuentes secundarias: discursos públicos de empresas, organizaciones sindicales y gobierno difundidos por medios de comunicación o redes sociales, informes de relevancia elaborados por otros organismos (OIT Argentina, Subsecretaría de Inspección del Trabajo de la Provincia de Buenos Aires).

1. Las entrevistas fueron realizadas en forma conjunta por Cora Arias, Julieta Haidar, Nicolás Diana Menéndez, Gastón Bordarampé y Milagros Ailén Pérez.
2. Esta encuesta se realizó en el marco del Proyecto PIDAE "El Futuro del Trabajo en la Argentina: economía digital y desafíos para la regulación (2015 - 2020)" financiado por la Universidad de Buenos Aires y dirigido por Cecilia Senén González (IIGG-UBA/CONICET). La encuesta estuvo coordinada por Julieta Haidar, Cecilia Senén González y Lucía Bachoer.

Las plataformas de reparto en Argentina

2

Milagros Ailén Pérez y Gastón Bordarampé



Comprender el matiz local del desarrollo del mercado de empresas de plataforma de reparto, implica necesariamente situar su surgimiento en un espacio y tiempo determinados. Esto supone identificar desde la existencia previa del hábito de pedir comidas a domicilio -y por ende de la figura del/la repartidor/a informal- hasta una coyuntura política, económica y social circunstancialmente favorable, todo lo cual compone un territorio contingente que no sólo abonó el asentamiento de las empresas de plataformas, sino que le proporcionó características propias al esquema de negocios en el país.

Asimismo, la pandemia de COVID-19 y la declaración de esencialidad del servicio de *delivery* permitió la expansión de estas empresas a nivel internacional y también en Argentina, en un contexto político diferente a partir del cambio de gobierno producido a fines de 2019. Nos interesa por tanto reconstruir las condiciones de instalación de estas plataformas en Argentina y luego las transformaciones ocurridas de la mano de la nueva coyuntura sanitaria y política.



Fuente: Télam

2.1. LA LLEGADA DE LAS PLATAFORMAS A ARGENTINA Y SUS CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES

A fines de 2015 llega la coalición Cambiemos al gobierno nacional, con Mauricio Macri como Presidente. La trayectoria de su gobierno puede resumirse en un desmantelamiento de las capacidades estatales de intervención y regulación, atribuido por el propio gobierno a la búsqueda del equilibrio fiscal; la concentración de riquezas, la financiarización y desregulación de la economía, y la flexibilización y precarización de las condiciones laborales, además de la toma de deuda seguida por una fuga masiva de capitales. Del mismo modo, un andamiaje de enunciados y discursos fue

puesto a disposición para sostener y dar sentido a la gestión del gobierno, a través de un aparato de medios concentrados de comunicación.

En materia de mercado de trabajo los años del gobierno de Macri se caracterizaron por el aumento del desempleo, pasando del 7,2% en 2017, al 9,1% en 2018 y el 8,9% en 2019 (datos del INDEC para el cuarto trimestre de cada año³) y de la informalidad laboral que subió del 34,2% en 2017, al 35,3% en 2018 y al 35,9% en 2019 (datos del INDEC para el cuarto trimestre de cada año⁴). Estas condiciones decantaron en la aglomeración de una fuerza de trabajo disponible, necesitada de empleo, y pasible de ser disciplinada para aceptar trabajos mal pagos o precarios, como son los de reparto. Sin embargo, como veremos más adelante, la mano de obra que caracterizó en sus inicios el trabajo de plataformas de reparto en Argentina estaba compuesta mayormente por población migrante de origen venezolano, que había escapado de la difícil situación humanitaria de su país y necesitaba obtener un empleo rápidamente. La llegada de trabajadoras y trabajadores de nacionalidad argentina se produjo en un segundo momento, de la mano de la crisis generada por la pandemia.

Paralelamente a esas condiciones socioeconómicas, la legislación y tendencia política-ideológica de la gestión de Cambiemos favoreció la instalación del modelo de negocios de las plataformas. Por un lado, vale registrar que el gobierno de Macri diseñó un proyecto de reforma laboral que, si bien no llegó a ser tratado en el Congreso Nacional, incluía una nueva figura en la legislación argentina: el autónomo económicamente dependiente, figura importada de la reforma flexibilizadora española (TRADE). A través de ella se buscaba instituir una forma más precaria de contratación laboral, a tono con las demandas empresarias.

Por otro lado, se debe ubicar otro hito determinante en marzo de 2017, cuando el Congreso de la Nación sancionó la Ley 27349, nominada Ley de Apoyo al Capital Emprendedor. Esta ley creó una nueva forma legal: la Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), que habilitó -tal y como fue promocionada en ese entonces por el gobierno- la posibilidad de crear una empresa en 24 horas, con un capital inicial bajo (que podía rondar la cifra de dos sueldos mínimos), y sin la obligación de presentar balance contable ante la Inspección General de Justicia. Bajo esta modalidad se inscribieron en 2018 Rappi SAS, Kadabra SAS (Glovo) y UberEats SAS (inicialmente en la provincia de Mendoza).

Estas empresas tienen características comunes, todas ellas niegan la existencia de relaciones laborales con las y los repartidores a quienes llaman socios, *partners*, o ligado a la denominación empresarial "*glovers*", "*rapitenderos*". En el orden jurídico, las y los trabajadores se inscriben dentro del régimen del monotributo, figura que unifica el componente impositivo (IVA y Ganancias) y el componente previsional (aportes jubilatorios y obra social) en una única cuota mensual. Si bien el monotributo es una figura destinada a quienes venden productos o servicios en forma independiente, en la práctica se ha extendido como una forma elusiva de contratación, a través de la cual los empleadores encubren la existencia de relaciones de dependencia y evitan el pago de cargas sociales del trabajo. Este sería el caso de las empresas de plataformas.

En efecto, la apelación a la figura del monotributo en consonancia con la utilización de contratos de "términos y condiciones" de tipo comercial y civil, que las y los

3. <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-Tema-4-31-58>

4. https://datos.gob.ar/series/api/series/?ids=52.2_ASDJ_0_0_37

trabajadores deben firmar para empezar a trabajar, contribuyen a la elusión de la legislación laboral vigente. Esta forma jurídica, junto con las prácticas de organización y control del trabajo sostenidas por las plataformas, confluyen en la consolidación de condiciones de trabajo precarias, sin salarios mínimos, cobertura social ni estabilidad laboral.

Como ha sido ampliamente desarrollado en investigaciones previas, las y los repartidores son controlados mediante la gestión algorítmica, una forma digital de gestión de la fuerza de trabajo que se caracteriza por: a) el seguimiento constante del comportamiento de los trabajadores, b) la evaluación constante de su desempeño, c) la implementación automática de decisiones, prescindiendo casi por completo de la intervención humana, d) la interacción de los trabajadores con un sistema en lugar de con personas y, e) la poca transparencia que caracteriza a los algoritmos, tanto en su funcionamiento mismo como en sus cambios (Haidar et al, 2020).

Los algoritmos articulan de forma unilateral la valoración de clientes, el tiempo utilizado en el reparto, el cumplimiento de horarios, el acatamiento de las promociones “sugeridas” por la app y otros datos como la antigüedad de las/os repartidoras/es en la aplicación, para gestionar recompensas o penalizaciones, por ejemplo, en la cantidad y calidad (según montos, distancias) de los repartos asignados. Frente a ello, quienes trabajan carecen de canales claros de respuesta, apelación o diálogo individual o colectivo con las aplicaciones.

Las empresas desconocen cualquier responsabilidad respecto a todo compromiso con la salud, seguridad y derechos laborales, al tiempo que operan sobre los activos de las y los trabajadores, sin asumir costo alguno: las y los repartidores aportan sus bicicletas o motos, teléfonos celulares, y se hacen cargo además de otros costos asociados al trabajo, como la inscripción al registro correspondiente para poder circular (RUTRAMUR, figura que será analizada luego), el insumo de datos móviles para el celular, el monotributo, el combustible, los seguros, entre otros.

2.2. LAS PLATAFORMAS DURANTE LA PANDEMIA

Es posible reconocer que, así como el macrismo contribuyó a la generación de condiciones propicias para el arribo y desarrollo inicial de las empresas de plataformas a Argentina, en un contexto mundial de fortalecimiento de las empresas de plataformas y financiarización de la economía; la pandemia desatada por la COVID-19 y la crisis sanitaria, social y económica generada por ella, contribuyó de forma sustancial a la expansión -y quizás aceleración- de los procesos de construcción del mercado de reparto.

En efecto, algunos guarismos marcan esta tendencia: la desocupación pasó del 8,9% en el cuarto trimestre del 2019 al 11% en el mismo periodo de 2020 (datos del INDEC⁵) y la subocupación pasó en el mismo intervalo del 13,1% al 15,1% (datos del

5. <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-Tema-4-31-58>

6. Ibidem.

INDEC⁶). Asimismo, de acuerdo a un relevamiento de CITRA, los niveles de trabajo no registrado alcanzaron a fines del 2020 al 33,1% de la población económicamente activa (Fernández Álvarez et al, 2021). Este contexto de crisis generó condiciones para que gran parte de la población de nacionalidad argentina, que había perdido su empleo o visto reducido sus ingresos, se vuelque a las plataformas como un refugio laboral, modificando así los perfiles de los/as trabajadores/as de plataformas, según se verá en el próximo apartado.

Junto con esta mayor disponibilidad de mano de obra, el dato saliente para la expansión de las plataformas en el contexto de pandemia fue, como señalamos antes, el hecho de que la actividad de reparto se erigió como una actividad esencial tanto para consumidoras/es como para los locales comerciales. Mientras que los/as consumidores/as permanecieron refugiados/as en sus casas para minimizar el riesgo de contagio, las y los repartidores asumieron la tercerización de ese riesgo. Por su parte, los restaurantes, pizzerías, rotiserías y locales gastronómicos en general, impedidos de abrir sus puertas al público, debieron recurrir indefectiblemente a las plataformas de reparto, pagando los costos de esta dependencia: las comisiones se volvieron abusivas, según será analizado más adelante.

En este contexto, se potenció y aceleró el desarrollo del modelo de negocios de las empresas de plataformas. Esto se expresó, en primer lugar, en la reducción del número de compañías en el mercado: a partir de octubre de 2020 UberEats dejó de operar en Argentina y en septiembre de ese mismo año, Glovo se fusionó con PedidosYa. Detrás de estos movimientos se encuentran razones de mercado y de negocios, la primera dada por la menor cantidad comparativa de clientes de estas empresas, y la segunda por la lógica del "*winner gets all*": Delivery Hero, dueña de Glovo y PedidosYa, apuntó a que en los mercados en los que operan ambas marcas se quedara la más grande en términos de captación de clientes; de este modo, se produce un proceso de concentración progresiva que deriva en que una sola empresa capte todo el mercado. Registrar esta lógica resulta especialmente importante ante la presunción errónea de que las plataformas abandonan los países cuando se imponen o se intentan imponer regulaciones más estrictas.

Tras estos movimientos producidos en el contexto de pandemia, pasaron a dominar el mercado de reparto en Argentina Rappi y PedidosYa. De acuerdo a entrevistas realizadas a dueños de locales gastronómicos, el mercado quedó dividido entre ambas, la primera focalizada en un perfil de locales con clientes de mayores ingresos, y PedidosYa en otros de medianos y bajos ingresos.

Si bien las empresas no hacen públicos sus volúmenes de operaciones y tampoco hay información oficial sobre esto en Argentina, es posible inferir cuál fue su desarrollo si se tiene en cuenta el comportamiento de estas mismas empresas en otras latitudes. En efecto, de acuerdo a un informe reciente encargado por la Unión Europea, la COVID-19 ha tenido un impacto significativo en la economía de plataformas, ya que hasta 2019 estuvo dominada por las plataformas de transporte de pasajeros, pero debido a la pandemia el lugar preeminente se ha trasladado a las plataformas de entrega. De hecho, este tipo de plataformas multiplicó su tamaño durante 2020,

mientras que las plataformas de transporte de pasajeros perdieron alrededor de un tercio de sus actividades (Groen et al, 2021).

Además, a nivel local, un conjunto de datos complementarios sugiere un aumento de utilidades: la declaración de esencialidad del servicio, el crecimiento del número de entregas y repartidores, la dependencia de los locales gastronómicos de estas empresas y la suba de comisiones. Estos últimos puntos serán analizados en los próximos apartados.

Los vínculos de las plataformas con los “aliados” o “partners”

Julieta Haidar



3.1. LAS PLATAFORMAS COMO CREADORAS DEL MERCADO DE DELIVERY

Las empresas de plataformas operan centralmente con locales gastronómicos para el *delivery* de comida, y en forma subsidiaria con supermercados y otros locales, ofreciéndoles a los/as consumidores/as el servicio de entrega a domicilio por medio de “personal shoppers” (PedidosYa) o “rappitenderos” (Rappi). Ambos tipos de operaciones se multiplicaron durante la pandemia, aquí nos interesa focalizar el análisis en el primero.

Un aspecto tan relevante como poco estudiado en las investigaciones sobre las plataformas de reparto es el vínculo con sus proveedores, los llamados “aliados” (Rappi) o “partners” (Glovo), es decir, los locales gastronómicos con los que trabajan estas empresas. Los mismos tienen diferentes perfiles, en términos generales podemos reconocer en Argentina los siguientes:

- Grandes cadenas comerciales de comida rápida (como las hamburgueserías más famosas, tipo McDonalds) y “*low cost*” (como las cadenas de empanadas tipo Kiosco de Empanadas) que utilizan en forma masiva, y en algunos casos exclusiva, el servicio de *delivery* de las distintas plataformas.

- Locales de comida rápida de tamaño medio y más pequeños con salón o únicamente dedicadas al reparto (mayormente locales de pizzas y/o minutas), que por el fragor del mercado del *delivery* tuvieron que adherirse al sistema de las plataformas en forma total o parcial (algunos de ellos conservando un esquema mixto con parte del reparto autogestionado).

- Restaurantes y pizzerías con salón (como las ubicadas en la calle Corrientes de Ciudad de Buenos Aires) que hasta la pandemia no realizaban envíos a domicilio y que en ese contexto tuvieron que hacerlo para poder seguir trabajando.

A estos perfiles generales, que presentan matices, vinculados sobre todo con su tamaño y volumen de operaciones, se agrega un cuarto perfil comercial que son las llamadas “*black kitchens*”, negocios a puertas cerradas sin atención al público que preparan comida para enviar con una marca propia o para otros negocios. Muchas de estas cocinas preexistían a la pandemia, pero en este contexto se expandieron como alternativa frente a la crisis del sector gastronómico.

Esta diversidad de perfiles marcará diferencias en los impactos que generan las plataformas sobre sus operaciones y en las valoraciones que hacen los locales de las aplicaciones, según veremos más adelante. En cualquier caso, las condiciones de los contratos entre las distintas empresas y los comercios son prácticamente iguales: las plataformas se autodefinen como compañías dedicadas a la gestión de una plataforma tecnológica que presta servicios de intermediación entre consumidores y expendedores - proveedores, y dejan expresamente establecido que no existe ninguna sociedad entre ellas y los locales gastronómicos.

El servicio que ofrecen las plataformas incluye dos aspectos principales: la construcción y exhibición del catálogo de productos ofrecidos en la aplicación, una especie de vidriera virtual, el llamado "*marketplace*"⁷, y la gestión del envío de los pedidos a los/as consumidores/as a través de los/as repartidores/as. Para eso, cobran una comisión que varía de acuerdo a la negociación con cada aliado o "*partner*", pudiendo incluir un porcentaje mayor si la plataforma no detenta la exclusividad del servicio. Las plataformas utilizan diferentes sistemas de cobro, Rappi, por ejemplo, retiene el total de las recaudaciones por las ventas (en efectivo y tarjetas), mientras que PedidosYa no recibe dinero en efectivo, sino que sólo captura los pagos con tarjeta. En todos los casos se realiza la liquidación a los comercios cada quince días, descontando de allí la comisión correspondiente. Este mecanismo de facturación y pago, por un lado, facilita el blanqueo de las operaciones, al tiempo que hace que las plataformas absorban los costos crediticios del pago con tarjetas de crédito y manejen la liquidez proveniente de los pagos con tarjetas de débito y (en Rappi) en efectivo.

En esta doble función de logística y *marketing* residen los principales beneficios que encuentra gran parte de los locales gastronómicos, sobre todo aquellos para los cuales el *delivery* es una parte esencial de su negocio, como muchas cadenas de comida rápida "*low cost*" y pizzerías de la Ciudad de Buenos Aires.

Por un lado, el servicio de logística implica que los locales no tienen que contratar a los/as repartidores/as, que son provistos por las plataformas, desligando a aquellos de toda responsabilidad. En efecto, los contratos invocan el principio de "indemnidad", y previendo la posibilidad de un litigio laboral, establecen que si eventualmente el local gastronómico, con fundamento en la responsabilidad solidaria impuesta por la Ley de Contrato de Trabajo, tiene que efectuar pagos a terceros, la plataforma "*deberá abonar las sumas debidas y hacerlo que corresponda para mantener indemne al aliado libre de todo desembolso*" (Contrato Rappi con aliado, anónimo). En esta desresponsabilización empresarial, reproducida por las mismas platafor-

7. A diferencia de las otras plataformas de reparto, PedidosYa tiene contratos específicos por el servicio de marketplace, es decir un local gastronómico puede únicamente contratar este servicio y no la logística.

8. En 2015 se firmó el convenio 722/15 entre la Asociación Sindical de Motociclistas, Mensajeros y Servicios (ASIMM) y la Cámara de Empresas de Mensajería por Moto y Afines de la República Argentina. El mismo comprende a trabajadores mensajeros, definidos como quienes utilizan

una moto, triciclo, ciclomotor, cuatriciclo, bicicleta y/o todo vehículo de dos ruedas y que realicen gestiones, entrega y retiro de sustancias alimenticias, elementos varios de pequeña y mediana paquetería, en un plazo menor a las veinticuatro horas (art. 5 CCT). Ver: <http://asimm.org.ar/cct/> Por su parte, en el 2000 la Federación Argentina de Trabajadores Pasteleros, Confiteros, Heladeros, Pizzeros y Alfajoreros firmó un convenio específico para la rama "Servicios rápidos" (CCT 329/2000) con la

Cámara Argentina de Establecimientos de Servicios Rápidos de Expendio de Emparedados y Afines. El mismo comprende a trabajadores que se desempeñen en establecimientos de servicios rápidos y expendio de emparedados y afines. En especial comprende a quienes se desempeñen en las cadenas Bonpler, Burger King, McDonald's, Pumper Nic, The Embers y Wendy's (art. 4 CCT). Ver: https://www.trabajo.gba.gov.ar/delegaciones/biblioteca_deles/CCT%20329-2000.pdf

mas que desconocen la existencia de vínculos laborales con los/as repartidores/as, estriba uno de los atractivos de este servicio para los locales gastronómicos.

Como señalamos antes, el *delivery* es una actividad preexistente en Argentina, utilizada sobre todo por pizzerías y, si bien existen convenios colectivos que incorporan la figura del repartidor (como los firmados por el sindicato de pasteleros y de motoqueros⁸), ya antes del arribo de las plataformas era muy común el empleo de trabajadores y trabajadoras no registrados. El hecho de que el *delivery* no sea una parte central del proceso de trabajo ligado a la producción gastronómica, y que los riesgos asociados a este servicio sean grandes (accidentes de tránsito), hicieron de éste una "complicación" para los locales comerciales. Así lo expresan muchos de los entrevistados, entre ellos el dueño de un restaurante e integrante de la asociación empresaria ENAC (Asociación de Empresarios y Empresarias Nacionales para el Desarrollo Argentino):

"Nosotros estamos acostumbrados a tener relación laboral y tener empleados. Lo que nunca pudimos hacer es organizar un sistema de reparto propio, porque tiene alta complejidad, porque en su momento era muy difícil, no sé si todavía sigue siendo, era muy difícil contratar un seguro, los seguros no abarcaban repartidores, siempre había alguna dificultad como para dar cobertura laboral en blanco. Para un repartidor siempre fue un trabajo bastante informal y es muy difícil que esa persona se sienta como una parte más de la empresa, con lo cual siempre hubo ese déficit que fue el que encontraron las aplicaciones para desarrollar su negocio... Para nosotros tener una moto para reparto es una complicación seria, porque hay un montón de factores que no los podemos asegurar" (Entrevista personal, integrante ENAC, 12 de octubre de 2021).

Asimismo, afirma un integrante de APPYCE, la Asociación de Propietarios de Pizzerías y Casas de Empanadas de Argentina:

"... el delivery boy es un tema con mucha ausencia porque no está profesionalizado, nosotros estamos trabajando mucho en profesionalizar porque es el mozo, es el que te entrega, es la sonrisa que te entrega la pizza en tu casa. Si la pizza llega torcida, o te tratan mal, o lo que fuere, puede tener un producto excelente, pero si va con el dedo arriba de la pizza, esto es lo mismo. Entonces nosotros intentamos profesionalizar ese sector ... Al principio se empezó como un boom tener a su propia gente pero empezaron a tener ciertos problemas porque faltaban, porque no eran personas que por ahí tenían un compromiso con el lugar o porque tenían muchos accidentes de tránsito y eso generaba un seguro, mucho más específico, mucho más alto que pedir una... entonces terminaban todos sacando la conclusión de que tenerlo externo con una plataforma de delivery era mucho más económico..." (Entrevista personal, integrante APPYCE, 4 de octubre de 2021).

En forma categórica se expresa también el dueño de una pizzería pequeña de un barrio de la Ciudad de Buenos Aires:

"Es un riesgo la moto, porque mayoritariamente son chicos que son jóvenes, no son muy responsables, todo eso fue el karma más grande para las pizzerías de delivery, las plataformas lo vinieron a resolver" (Entrevista personal, empresario pizzero, 3 de noviembre de 2021).

La facilidad de subcontratar el servicio de *delivery* bajo este nuevo formato de "intermediación" sin responsabilidad social, y la expectativa de ahorrar dinero y riesgos, hicieron de las plataformas una opción atractiva para el sector gastronómico que ya venía utilizando el *delivery* o que encontró en las plataformas una posibilidad de expandir sus ventas. Esta posibilidad está dada porque junto con la función de logística, estas empresas cumplen un lugar fundamental en el *marketing* y promoción de ventas-creación de la demanda. Allí reside otro de sus atractivos.

En efecto, la elaboración y exhibición del catálogo de productos que ofrecen los locales en la aplicación es una pieza clave en la construcción del mercado del *delivery* y por tanto en la construcción misma del mercado gastronómico. Si hasta ese momento muchos locales recurrían a publicidades en medios masivos de comunicación o redes sociales, y los más pequeños a "volantes" en el barrio, las plataformas vinieron a constituirse como una vidriera pasible de estar presente de forma masiva en los celulares de los/as consumidores/as.

Este servicio, incluido en la oferta básica de los contratos, se sofisticó a través de estrategias ofrecidas por las aplicaciones a sus "*partners*" o aliados a fin de aumentar su visibilidad en el mercado. Esta visibilidad, mediada por la tecnología digital, está dada por la construcción de rankings que ubican a los diferentes comercios en diferente orden de aparición en la pantalla del consumidor según criterio de búsqueda (por barrio, producto). Quienes están en los primeros lugares, según estudios de mercado, son los más demandados, cayendo la demanda a medida que la oferta aparece rezagada en el listado.

De acuerdo a las entrevistas realizadas a dueños de diferentes locales gastronómicos, aparecer en los primeros lugares depende de dos variables. Por un lado, de los cálculos algorítmicos de las aplicaciones que cruzan diferentes datos, como tiempo de conectividad de la tienda (cuánto tiempo está conectado el local a la aplicación), tasa de aceptación de pedidos, velocidad, valoración de los clientes: mientras mejor sea la *performance* del local, mejor ubicado queda en la vidriera. Por otro lado, obtener mayor visibilización depende del pago de un plus por ocupar los primeros lugares de la vidriera o un espacio destinado a promociones. En esta área, PedidosYa es la plataforma que ofrece una propuesta más clara, dado que tiene mayor experiencia en el *marketplace* y otorga la posibilidad de contratar sólo este servicio. Entre sus ofertas está contratar el servicio "*gold vip*" por el cual asegura al restaurante su presencia en las tres primeras posiciones de la página del portal en el barrio que se decide pautar (hay sólo tres espacios disponibles por barrio), y el servicio "producto destacado", por el cual el restaurante elige un producto para destacar, que se muestra en la página del portal, facilitando a los clientes el acceso a ese producto (hay sólo ocho productos destacados disponibles para cada barrio en el portal y se muestran de manera aleatoria, por lo tanto, todos pasarán por el primer lugar) (Contrato de *Marketplace* de PedidosYa con un restaurante anónimo).

Junto con eso, el local puede pagar por anuncios "*customizados*", es decir, enviados en forma específica a determinados clientes, de acuerdo a sus hábitos de consu-

mo. Si, por ejemplo, la plataforma sabe que un cliente x consume un tipo específico de hamburguesa en determinado horario, cerca de esa hora le envía una publicidad de ese producto del negocio que paga por ello.

Todas estas posibilidades de construcción de demanda se aplican también a la expansión territorial del mercado. Las plataformas pueden ir instalando la venta de determinados productos en ciertos barrios que hasta entonces no eran consumidos, desarrollarla y luego habilitar la apertura de locales, nuevas sucursales o marcas en el nuevo barrio colonizado. Esto puede ocurrir por varias vías: expandiendo el área de cobertura de un local más allá del barrio en que se ubique, promoviendo la venta de ciertas marcas o productos específicos en locales del nuevo barrio, como una marca de helado en un local de minutas, facilitando la apertura de "black kitchens"⁹.

Para poder ofrecer este servicio, las plataformas hacen uso del inmenso caudal de datos que tienen y de los que los locales gastronómicos carecen (al menos los de tamaño medio y pequeño). Estos datos incluyen información de las performances de quienes realizan el reparto, así como de los hábitos y conductas de los consumidores y locales gastronómicos: qué cantidad de productos vende qué local a qué hora, qué consume cada cliente, dónde, cuándo, etc.

Así, para pequeños locales ubicados en barrios de menor desarrollo gastronómico (en el caso de la Ciudad de Buenos Aires, por ejemplo, fuera del área de Palermo, Recoleta, Belgrano), el servicio de *marketing* es uno de los diferenciales más importantes que aportan las plataformas. En estas palabras lo describe el dueño de una pizzería de un barrio pequeño de CABA:

"Yo estoy convencido que estas plataformas, más allá de que te parezcan abusivas por las comisiones o haya muchas fallas, son fundamentales, porque si no te quedás fuera del mercado y te sacan, así que tenés que compartir con ellos y tratar de sacarle el mayor jugo posible, porque ellos tienen un aparato de marketing impresionante que si lo aprovechás bien le podés sacar mucho rédito. Cuando le estuve más encima, pagué el anuncio, hablaba constantemente con ejecutivos que están en tu cuenta y te asesoran, tienen muchas herramientas de marketing. No importa si te cobran un 30%, tampoco si te cobran 50%, porque te generan mucho trabajo, pero tenés que estar muy encima de estar al día con lo que tenés que hacer..." (Entrevista personal, empresario pizzero, 4 de noviembre de 2021).

Así, en la combinación de la organización del *delivery* y la expansión de las ventas se encuentran los principales beneficios que gran parte del sector gastronómico encuentra, a priori, en las empresas de plataformas. Junto con ello, no obstante, aparecen las prácticas abusivas y fallas del sistema que resultan especialmente perjudiciales para aquellos locales gastronómicos que no encuentran en el servicio de *delivery* su principal negocio. Tal es el caso específico de los restaurantes que comenzaron a operar con las plataformas durante la pandemia, y más en general de los locales gastronómicos que sufrieron el aumento unilateral de las comisiones.

9. Un fenómeno similar está dado por las pequeñas tiendas o "dark stores" (especies de almacenes con productos de consumo frecuente) promovidas o abiertas por las propias plataformas en barrios pequeños. Habiéndose creado la demanda en una primera etapa, luego en un segundo momento esos almacenes pueden cerrarse o venderse, conservando las plataformas el negocio de captura de la comisión por transacción. La ampliación de verticales de negocio serían así más una instancia transitoria y necesaria de la expansión y construcción de mercado que el core de este modelo.

3.2. LAS PLATAFORMAS Y LOS “ALIADOS”, UNA RELACIÓN ASIMÉTRICA

A partir del análisis de los contratos y, sobre todo, de las entrevistas realizadas a dueños de locales gastronómicos e integrantes de cámaras empresarias vinculadas al sector, podemos identificar una serie de características que nos permiten hablar de la existencia de una relación asimétrica entre las plataformas y los comercios, en la que las primeras ejercen su dominación sobre los segundos. Estas asimetrías, además, se intensifican a medida que las plataformas avanzan en la construcción del mercado del *delivery*, momento en que operar con ellas se transforma en una necesidad para poder competir. Esto, como señalamos antes, se vio exacerbado en el contexto de la pandemia cuando el dilema se presentó en términos de trabajar con las plataformas de reparto o no trabajar, situación que fue aprovechada por las aplicaciones para ejercer mayores presiones sobre los proveedores.

Las asimetrías de poder están dadas en forma central, pero no exclusiva, por tres características de la relación de las plataformas con los aliados/*“partners”*: i) la determinación de comisiones abusivas, ii) el control por medio de la gestión algorítmica, iii) la inducción de decisiones sobre los procesos productivos.

i) Las **comisiones** que retienen las plataformas a los distintos comercios son variables, de acuerdo a su capacidad de negociar, la cual está dada por el volumen de operaciones, la cantidad de locales, la relevancia de la marca en el mercado. Así, si comparamos, por ejemplo, dos contratos firmados por Glovo con distintas cadenas de hamburgueserías en el mismo momento (junio de 2018 a junio de 2020) advertimos que mientras la plataforma cobraba a la cadena más importante del mercado una comisión del 15% más IVA de la facturación bruta (18,15% en total) sin exigir exclusividad, a una cadena de segunda línea (aunque también muy conocida) le aplicaba el 20% más IVA (24,2% en total), exigiéndole exclusividad y estableciendo que cobraría un 5% adicional en caso de alterar esta exclusividad, y un 15% adicional con retroactividad de seis meses de no avisar con 15 días de anticipación que iba a trabajar con otra empresa de reparto. Es decir, por prestar el servicio sin exclusividad a una empresa grande de la rama de hamburguesas le cobraba el 15% de comisión (18,15%) y a otra menor el 25% (30,25%). Esta diferencia del 10% por el mismo servicio está marcando un perjuicio para los locales de menor tamaño y una profundización de las ventajas comparativas que gozan las grandes cadenas por su volumen de operaciones y poder, dando lugar a una práctica que bien podría ser encuadrada como *dumping*.

La coyuntura de pandemia hizo que las plataformas aprovechen su lugar estratégico en el mercado y aumenten en forma unilateral las comisiones cobradas a los comercios con los que tenían acuerdos preexistentes o exigieran altas comisiones a los recién llegados. Así lo relata el dueño de un restaurante:

“En ese momento, anterior a eso [la pandemia], Rappi te llamaba y nosotros le decíamos que no. Todo el tiempo Rappi o las aplicaciones te buscaban. A partir de ahí todos salimos a buscar a las

aplicaciones, con lo cual había dos cosas. Una era que las comisiones eran altísimas, llegaron a cobrar el 25%, 28%, y otra que para que bajen las comisiones te pedían exclusividad. Si tenías exclusividad te daban un 12, un 13, un 10, depende" (Entrevista personal, empresario gastronómico, 1 de octubre de 2021).

El aumento de las comisiones generó que aquella ecuación prevista por el sector gastronómico, de ahorrar riesgos y dinero evitando la contratación de repartidores propios, no resultase tan rentable. En estos términos lo expresa un referente de la asociación de pizzeros:

"En un momento era muy, es muy rentable... es muy cómodo tener delivery, que vengan, el pedido te lo entregan, pero terminó siendo un abuso económico... Yo he visto gente que paga treinta y cinco por ciento porque los agarraron en pandemia, porque tenían un solo negocio y porque no les quedaba otra... Me parece que son necesarias y que son extremadamente abusivas" (Entrevista personal, integrante APPYCE, 4 de octubre de 2021).

En otros términos, las plataformas que operan en Argentina aprovecharon el contexto de pandemia para trasladar los costos de adquisición del mercado a los proveedores y, por lo tanto, en última instancia, a los propios clientes/usuarios, generando un efecto inflacionario por una doble vía. Por un lado, porque el alimento elaborado que llega a la casa del consumidor es más caro que si se lo compra en el local, por tener añadido el costo del *delivery*, y por otro, porque muchos locales gastronómicos, sobre todo los más pequeños que no tienen la capacidad de absorber los costos de las comisiones, las trasladan a los precios. Esto apareció en varias entrevistas, valga una como testimonio:

"[PedidosYa] te cobra un 30% ponele con la logística de ellos y un 15% con tu logística. Y si aparte si ponés el anuncio te lo cobran como algo aparte ... Yo lo que hago es cargárselo al producto que aparece en la página, es más caro que si llamás a la pizzería y me lo comprás a mi. Trato de que no sea un 30% porque es mucho, absorbo un poquito yo para que no sea tanto, le pongo un veinti, veinti pico, para que no sea tan abrupto el cambio. Pero sí hay que ponerlo más caro, al menos para comercios chicos como yo, comercios grandes, veo que tienen el mismo precio, pero yo no puedo" (Entrevista personal, empresario pizzero, 4 de noviembre de 2021).

Esta situación abusiva generó el reclamo de las cámaras empresarias del sector y la intervención gubernamental en algunos distritos del país. La Secretaría de Comercio Interior de la ciudad de Rosario aplicó una multa a PedidosYa por cobrar comisiones abusivas y detentar una posición cuasi monopólica en el mercado¹⁰. Por su parte, en Ciudad de Buenos Aires la Legislatura modificó en julio de 2020 el Código de Tránsito y Transporte a fin de regular mínimamente la actividad de plataformas y estableció que las aplicaciones debían retrotraer las comisiones a los valores de marzo¹¹. Esta misma ley fue la que exigió el registro a las y los repartidores (RUTRAMUR), generando resistencias de parte de las organizaciones de trabajadores/as (volvemos sobre este punto).

10. <https://www.elciudadanoweb.com/el-gobierno-de-santa-fe-mul-to-por-3-millones-de-pesos-a-la-empresa-de-delivery-pedidos-ya/>

11. <https://www.infobae.com/economia/2020/07/16/se-aprobo-la-ley-que-regula-a-las-app-de-delivery-en-la-ciudad-de-buenos-aires-no-le-podran-cobrar-mas-de-20-de-comision-a-los-comercios/>

En la misma línea, la Subsecretaría de Comercio Interior de la Nación refrendó en diciembre de 2020 un acuerdo entre la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica (FEHGRA) y las plataformas Rappi y PedidosYa, que fijó un tope en el cobro de comisiones del 18% + IVA (es decir, 21,78%)¹². Tiempo después PedidosYa hizo extensivo este acuerdo a otras cámaras (incluyendo heladeros, pizzeros)¹³. Estos acuerdos constituyen un paso clave en la regulación de un sector que es, indudablemente, formador de precios. No obstante, muchos dueños de locales gastronómicos consideran que ese porcentaje sigue siendo abusivo, y producto más de una imposición de las empresas de plataformas que de un verdadero diálogo entre las partes con el arbitrio del Estado.

ii) Tal como sucede con la organización de los/as repartidores/as, las plataformas también aplican la **gestión algorítmica** al vínculo con los aliados o "partners", ejerciendo sobre ellos poder de control y sanción. Como señalamos antes, los locales gastronómicos ocupan distintos lugares de visibilidad en las vidrieras virtuales, de acuerdo a los contratos comerciales específicos (sobre todo en el caso de PedidosYa), y a su ubicación en el ranking, según su *performance* en términos de uso de la aplicación, velocidad, valoraciones de los clientes. Para estar bien rankeados, los locales tienen que permanecer mucho tiempo conectados a las tiendas virtuales, recibir y aceptar los pedidos.

De acuerdo con las entrevistas realizadas, este mecanismo de control vía medición del tiempo de logueo en las tiendas, se exacerbó cuando muchos de los locales gastronómicos intentaron eludir el trabajo con las plataformas, para priorizar la venta directa. Este fue el caso sobre todo de los restaurantes que progresivamente recuperaron la operatividad de sus salones a medida que las restricciones por la pandemia bajaron. Así lo relata el dueño de un restaurante:

"... todas estas aplicaciones fueron mutando porque fueron aprendiendo que nosotros los dueños del restaurante que nunca habíamos tenido Rappi, teníamos nuestros trucos para usarlo cada vez menos. Porque la realidad es que a nosotros no nos convenía usar Rappi, nunca nos convino usar Rappi. Entonces había ciertas cosas para hacer, como no usarlo y usarlo cuando te conviene. Y fueron como contrarrestando cada acción que nosotros, o que yo tomaba ... entendías que cada vez que hacías algo, ellos tenían una acción para contrarrestar lo que vos hacías. Ejemplos, vos podés apagar la tienda, la gente venía a buscar o mandaba su mensajería, nosotros hacíamos descuento para escaparle a Rappi. ¿Qué empezó a hacer Rappi? Empezó a medir cuándo apagás la tienda. Abajo de un 90 y pico por ciento, te eliminaba los mensajeros. Hacía como un ranking, si vos eras mejor que yo, en época de falta de mensajeros, cuando llovía, te manda el mensajero con prioridad a vos y a mi no, entonces a mi me colgaba los pedidos... 'Ah vos me apagás la tienda, a menos tienda menos tenderos te mando y quedás más abajo'. Entonces te obligaban a prender la tienda" (Entrevista personal, empresario gastronómico, 1 de octubre de 2021).

En el mismo sentido, las plataformas utilizan los algoritmos para medir los tiempos que emplean los comercios en la preparación y despacho de los pedidos. Un mal resultado también implica sanciones. En estos términos lo explica el dueño de un local de minutas:

12. <https://www.argentina.gob.ar/noticias/se-acordaron-topes-maximos-las-comisiones-que-cobran-las-empresas-de-delivery>
13. <https://www.argentina.gob.ar/noticias/se-ex-tendio-el-acuerdo-entre-pedidosya-y-gastronomicos>

"... si nosotros nos demoramos, nos sacan de la red por un tiempo y eso nunca sabemos de qué depende, cuál es la demora de ese momento. Porque a veces te sacan de la red porque tardaste 20 minutos, a veces porque tardaste 5 y no lo sabés... entonces te sacan de línea por un tiempo y después te vuelven a habilitar. A veces es sencillo, a veces hay que comunicarse para que te re-habiliten. No pasa mucho, le encontrás la vuelta a eso, pero sucede, pasa..." (Entrevista personal, empresario gastronómico, 12 de octubre de 2021).

Junto con la medición del tiempo de conexión en la plataforma y la velocidad de la preparación y despacho de los pedidos, se calcula también la cantidad de pedidos realizados. Una baja *performance* también genera aquí una penalidad. Continúa relatando el dueño de un restaurante:

"... lo que te hacen, que todo el tiempo te amenazan, es visibilizar más a tus competidores. No es fácil la manera de castigarte. Muestran más a otros y te lo hacen saber, te dicen 'vos vendiste tanto menos, vos estás tanto menos...'." (Entrevista personal, empresario gastronómico, 1 de octubre de 2021).

De modo tal que las mismas herramientas que tiene la plataforma para atraer a los locales gastronómicos, es decir, la amplificación del *marketing* y la disponibilidad de la logística, se convierten, gestión algorítmica mediante, en formas de control y disciplinamiento de los comercios, supuestamente "aliados" o "*partners*". El servicio ofrecido se ve diezmado de forma unilateral: las plataformas inhabilitan a los locales, los muestran menos en su vidriera virtual, no les envían repartidores/as.

Frente a ello, tal como sucede en la gestión algorítmica de las y los repartidores, la comunicación con las plataformas resulta dificultosa. Según los dueños de locales gastronómicos entrevistados, el reclamo por penalidades o reclamos indebidos de los clientes es muy engorroso, requiere sacar fotos, hablar por teléfono, firmar un ticket, reclamar una nota de crédito. Frente a eso, optan por asumir las penalidades o hacerse cargo de costos que no les corresponden.

Todos estos mecanismos de gestión algorítmica, medición y control, son muy similares a aquellos a los que se ven sometidos quienes trabajan realizando los repartos. Y tal como sucede en ese caso, no existen al momento mayores regulaciones que pongan límites a estas prácticas unilaterales y abusivas.

iii) Como corolario de estas prácticas, advertimos asimismo que las plataformas van cobrando de forma progresiva [potestades sobre la organización del proceso productivo](#) de la gastronomía. Esto está dado porque controlan los tiempos de reparto y por tanto de preparación de la comida, llevando a que los locales tengan que adaptar sus tiempos de producción a tal fin. Por ejemplo, si un restaurante preparaba un plato cerca del horario de entrega (como sucede en el salón para llevarlo a la mesa), la presión de los tiempos implicó que lo hagan con antelación, generando de esa manera, de acuerdo a los responsables de las cocinas, una merma en la calidad del alimento. En el mismo sentido, todos los entrevistados señalan la pérdida de calidad que *per se* genera el de-

livery, por falta de condiciones sanitarias en el envío y/o entrenamiento de repartidores en distribuir productos que requieren cuidado.

Junto con el control de los tiempos, las plataformas también inducen a los locales a producir ciertos productos en particular, en función de sus estadísticas de ventas y sus proyecciones de expandir la venta de determinados productos en determinados barrios. Para eso animan a los locales a ofrecer promociones de esos productos, incidiendo además en sus precios. Así lo explica el dueño de una casa de minutas:

"Ellos te bajan unos números, unas planillas, y te proponen ingresar en ese tipo de publicidad, es decir, te dirigen qué producto y te plantean el descuento que habría que hacer para que sea ese producto exitoso" (Entrevista personal, empresario gastronómico, 12 de octubre de 2021).

Contrario a lo que se podría presumir, los descuentos que reciben los consumidores son asumidos por los negocios y así, una vez más, son estos los que financian los costos de adquisición de mercado de las plataformas: pagan las comisiones y, eventualmente, los productos vía promociones. En estos términos refiere a este fenómeno un representante de la asociación empresaria ENAC:

"... no es un negocio nuestro, es un negocio de ellos, está fuera de control. Nosotros somos una parte del negocio de ellos..." (Entrevista personal, integrante ENAC, 12 de octubre de 2021).

Las empresas de plataformas de reparto, a medida que expanden su presencia y poder, controlan el ecosistema sobre el que orbitan, de mínima: los hábitos de consumo de los clientes, los productos, la competitividad de los locales y los precios. Al construir el mercado de la logística de alimentos, se convierten en forma subsidiaria en constructores del mercado gastronómico. Al momento pareciera haber una invisibilización de este fenómeno en la agenda pública y una ausencia de regulaciones estatales para afrontarlo.

Las/os trabajadoras/es de reparto y sus condiciones laborales

Julieta Haidar

Los primeros acercamientos estadísticos al perfil sociodemográfico de quienes trabajan en plataformas de reparto en Argentina señalaban la presencia predominante de varones y migrantes de nacionalidad venezolana. El informe de CIPPEC-BID-Lab-OIT elaborado a partir de encuestas efectuadas en 2018, indicaba que la población venezolana representaba el 83,6% de repartidores en Rappi y el 65,7% en Glovo (Madariaga et al, 2019). Un año después, el informe realizado por la oficina de OIT Argentina en base a encuestas realizadas entre marzo y julio de 2019, también señalaba que más de tres cuartas partes de los/as trabajadores/as eran migrantes (76,2%), de los cuales el 83,5% procedía de Venezuela (Mourelo, 2020).

Sin embargo, hacia mediados de 2020, en un contexto signado por la pandemia, ese perfil sufrió importantes modificaciones; se incorporó población argentina y también más cantidad de mujeres ("*Encuesta 2020*"). A la luz de estos datos, nos interesa ver cuáles son los diferentes perfiles de las y los trabajadores que componen la fuerza de trabajo de las plataformas de reparto, y cuáles son sus trayectorias, considerando su lugar de origen y sus experiencias laborales previas.

Además, nos interesa saber en qué sentido las dinámicas de trabajo se modificaron durante la pandemia, teniendo en cuenta tanto la extensión de la jornada laboral, como la cantidad de pedidos entregados y los ingresos percibidos. Estos datos son un indicador no sólo cuantitativo, sino también de la calidad del trabajo. Sabemos que el *delivery* se expandió y las empresas incrementaron sus utilidades, pero ¿qué sucedió con las condiciones laborales?



Fuente: Revista Anfibia

4.1. LAS PLATAFORMAS COMO REFUGIO: PERFILES SOCIODEMOGRÁFICOS Y TRAYECTORIAS LABORALES DE LAS/OS REPARTIDORAS/ES¹⁴

De acuerdo con los datos arrojados por la "Encuesta 2020", realizada en julio de 2020, en un pico de la pandemia, la presencia de mujeres, si bien siguió siendo minoritaria (14%), aumentó en relación a los primeros relevamientos que indicaban una participación de entre el 3% (Rappi) y el 4,5% (Glovo) (Madariaga et al, 2019). Más significativos aún resultan los cambios en la distribución según nacionalidad de origen: aunque la población venezolana siguió siendo mayoritaria, alcanzando a un 50% del total, la presencia de repartidores/as de nacionalidad argentina trepó al 40%¹⁵.

Estas transformaciones pueden atribuirse, al menos en parte, a los efectos de la pandemia. En efecto, al analizar la antigüedad de quienes reparten en las plataformas, emerge que un tercio del total comenzó a trabajar durante el período de aislamiento obligatorio, y que esta población es mayoritariamente de nacionalidad argentina (37%) y mujeres (49%), convirtiéndose así esta actividad en un refugio laboral para estos grupos.

Cuadro N° 1: **Antigüedad en el trabajo de plataformas**

Antigüedad	Porcentaje %
Durante el ASPO	26%
Entre 6 meses y un año (pre ASPO)	43%
Entre más de un año y dos años (pre ASPO)	22%
Más de dos años	9%

Fuente: "Encuesta 2020". N=401.

Al mismo tiempo, resulta igualmente llamativo que un 40% tienen una antigüedad de entre 6 meses y un año, y un 31% de más de un año, lo que contrasta con las percepciones que sostienen que este trabajo es de alta rotación y temporario. Por el contrario, la antigüedad junto con la tendencia a hacer de este trabajo el ingreso principal, y a realizar jornadas diarias y extensas muestran indicios de una profesionalización y desde el derecho del trabajo, de vínculos de laboralidad. En efecto, para el 71% de los/as encuestados/as el trabajo en plataformas es la única o principal fuente de ingresos, más del 80% trabajan 6 o 7 días por semana y el promedio lo hace 48 horas semanales, cifra coincidente con el máximo de horas establecido por la Ley de Contrato de Trabajo en Argentina para quienes están en relación de dependencia.

Observando estos datos, emerge que en la pandemia el trabajo en las plataformas de reparto pasó a consolidarse como una **actividad de refugio**, tanto para migrantes como

14. Este apartado fue elaborado sobre la base de trabajos previos de análisis de los resultados de la "Encuesta 2020": Haidar (2020) y Haidar y Pla (2020).

15. El 10% restante está conformado por migrantes de otras nacionalidades: doce trabajadores/as de nacionalidad colombiana, diez de nacionalidad peruana, siete de nacionalidad paraguaya, dos de Cuba, tres de Haití, y un caso de Uruguay, Bolivia, Brasil, Chile, Ecuador y Jamaica.

para argentinos/as, pero con la particularidad de que ese refugio (contra lo que la transitoriedad de esa condición implica: uno se refugia hasta que pasa el peligro) se constituyó en un lugar de permanencia. Esto se configura así tanto por las dificultades socioeconómicas de la coyuntura, como por los beneficios que las y los trabajadores ven en este tipo de trabajo, las experiencias preexistentes y los horizontes que visualizan. En este sentido, interesa explorar los perfiles y las trayectorias de quienes trabajan en las plataformas de reparto. Según la "Encuesta 2020" y las entrevistas realizadas, podemos identificar los siguientes grupos:

Perfil de trabajadores migrantes provenientes de Venezuela que llegaron a Argentina escapando de la situación humanitaria acuciante en su país de origen. De acuerdo a datos de ACNUR¹⁶, a partir del año 2014, más de 3,5 millones de venezolanos/as migraron hacia los diferentes países de América del Sur. Se trata de trabajadores/as no exclusivamente jóvenes sino de diferentes grupos de edad¹⁷, con altos niveles de instrucción¹⁸, que tienen este trabajo como principal fuente de ingresos y que encontraron en las bajas barreras de entrada a estas empresas una posibilidad inmediata de ingresos. En contraste con lo que se presume, no en todos los casos las plataformas han sido el primer trabajo de esta población, sino un lugar de llegada tras varias experiencias en otros empleos precarios. Éste es un ejemplo de ese derrotero:

"... me vine por todos los problemas que hay allí en Venezuela, corrupción, no se puede estudiar, no se puede trabajar, no se puede salir, no se puede ser joven, no puedes ser nada. Para ser joven tenés que salir, yo estudié con 111 personas y las 111 están fuera del país (...) Primero trabajé en un restaurante, yo vivía en Nuñez antes y trabajé en un restaurante ahí, después trabajé en un restaurante peruano, trabajé en Shell... En las calles veía a la gente repartiendo y yo trabajaba en Shell en ese momento, y, vi que tenía que estar 9 hs parado, no te podías ni sentar, entonces empecé a tener problemas en la espalda por estar siempre parado y con los zapatos esos de seguridad que son muy grandes (...) entonces quería buscar otra cosa y ser un poco más libre, tener mi propio horario y... me salió la chance de PedidosYa y me gustó" (Entrevista personal, J., repartidor de nacionalidad venezolana, 22 años, 18 de junio de 2021).

Entre la población migrante también encontramos, aunque en menor proporción, un grupo de jóvenes provenientes de otros países latinoamericanos (Brasil, Paraguay, Chile, Colombia) que llegaron a Argentina para realizar estudios universitarios, y que vieron en el trabajo de plataformas la posibilidad de compatibilizar los horarios de trabajo y estudio. Claro que, como surge en forma reiterada en las entrevistas, estas expectativas se vieron frustradas frente al imperio del algoritmo que los induce a trabajar una cantidad de horas en determinados horarios, so pena de ser degradados en los rankings y perder las posibilidades de obtener mejores ingresos.

"Llegué acá hace tres años y medio, mi intención fue viajar a Argentina para estudiar. Y es difícil conseguir un trabajo que pueda conciliar con los estudios. Por eso elegí este tipo de trabajo. -Pregunta: ¿Y el trabajo alcanzó tus expectativas? -Bueno, eh, más o menos. Porque como te dije, mi intención era entrar en este tipo de trabajo por la flexibilidad, pero no es tan así, porque

16. <https://data2.unhcr.org/en/situations/venisit>

17. De acuerdo a la "Encuesta 2020" el 30% tiene entre 18 y 25 años, el 36% entre 26 a 30, el 26% de 31 a 40 y el 8% 41 o más años.

18. Según los datos arrojados por la "Encuesta 2020" el 72% de los repartidores de nacionalidad venezolana tiene estudios superiores (completos o incompletos).

a veces tienes que salir a trabajar. Los fines de semana tengo que salir a trabajar, no puedo quedarme en la casa, me tengo que presentar" (Entrevista personal, P., repartidora de nacionalidad brasileña, 28 años, 7 de julio de 2021)¹⁹.

Perfil de trabajadores jóvenes varones argentinos con un nivel de estudios más bajo, con una antigüedad media en las plataformas y que al igual que el típico trabajador proveniente de Venezuela, tiene a este trabajo como principal fuente de ingresos. Muchos se volcaron a esta actividad porque no encontraban otro trabajo o como un complemento y luego por las exigencias del trabajo y las expectativas de ganar más, lo transformaron en su principal fuente de ingresos. Este es un ejemplo de este perfil:

"... había buscado otro trabajo y no conseguía nada, entonces, bueno, se me ocurrió, vi que entraba mucha gente y dije 'para probar entro a ver cómo es'. Sigo hasta ahora" (Entrevista personal, M., repartidor argentino, 27 años, un año y medio de antigüedad en las plataformas, 8 de agosto de 2021)²⁰.

Perfil de trabajadores que comenzaron a trabajar en las plataformas durante la pandemia como un refugio. En este caso se trata mayormente de argentinos, varones, aunque también mujeres, de edad media, que en el contexto de pandemia se volcaron a las plataformas tras perder en forma total o parcial ingresos provenientes de empleos también precarios o informales. Al ser declarado el reparto una actividad esencial, se presentó como una posibilidad inmediata de obtener ingresos. Según los datos de la "Encuesta 2020", estos/as trabajadores/as no tienen al reparto como el único o principal ingreso, al menos al momento en que fue realizada la encuesta, julio de 2020. Queda pendiente indagar cuál fue el derrotero de estos/as trabajadores/as, si salieron de la actividad o, por el contrario, como ha ocurrido con otros grupos, la transformaron en su principal trabajo.

"... trabajaba de electricista yo y también en producción de eventos como staff (armábamos escenarios, luces y sonido, ese tipo de cosas). Desde los 15 que yo trabajaba en eso (...) como se terminó y sabía que no se iba a volver rápido a la normalidad busqué rápido lo de las plataformas, el monotributo y me metí en eso" (Entrevista personal, M., repartidor de nacionalidad argentina, 23 años, 14 de julio de 2021)²¹.

Como señalamos antes, los problemas de la coyuntura socioeconómica, dadas las recurrentes crisis y el impacto de la pandemia, explican la permanencia en las plataformas, pero sólo parcialmente. Para entender el fenómeno en su complejidad, es preciso incorporar al análisis el papel de las valoraciones que efectúan las y los trabajadores de la actividad, contrastándolo, además, con las trayectorias laborales y las dificultades que encuentran para mejorar su situación.

En esta dirección, tal como está ampliamente documentado, quienes trabajan en plataformas de reparto valoran en gran medida la flexibilidad en el uso del tiempo y

19. Esta entrevista fue realizada por Lucía Bacher en el marco del proyecto PIDAE "El Futuro del Trabajo en la Argentina: economía digital y desafíos para la regulación (2015 - 2020)".

20. Ibidem.

21. Ibidem.

los ingresos que pueden obtener²². Claro está que, como también está ampliamente demostrado, los altos ingresos sólo pueden obtenerse a costa de extenuantes jornadas laborales, al tiempo que la autonomía en la organización de sus tiempos se ve alterada por las presiones ejercidas por las plataformas para trabajar en los días y horarios que el mercado exige²³.

Esta valoración, real o ficticia, cobra mayor sentido si la ubicamos en las trayectorias sociolaborales. En un caso, la población venezolana proviene de un contexto de crisis, inflación y desabastecimiento, y en el otro, gran parte de la población argentina viene de experiencias de gran precarización e informalidad laboral, muchos de ellos en el propio sector de la gastronomía. Con lo cual, la ausencia de protecciones sociales no es para esta población un rasgo novedoso, sino que habría más bien un pasaje o movilidad horizontal, de un tipo de informalidad a otro.

El contexto de crisis, la valoración de beneficios y trayectorias se combinan finalmente con las expectativas de trabajo futuro. De acuerdo a la "Encuesta 2020", el 52% de las y los encuestados se imagina trabajando en el próximo año en la plataforma, no habiendo mayores diferencias entre aquellos que ingresaron antes y durante el ASPO, aunque sí son mayores las expectativas de continuidad entre la población argentina (58%) que la venezolana (46%).

Este conjunto de datos refuerza la idea de la constitución de las plataformas como una actividad económica y fuente de trabajo, que se vuelve permanente, con ciertos grados de profesionalización, y a la que progresivamente se ha volcado la población argentina, potenciada por la pandemia.

4.2. LOS CAMBIOS EN LAS DINÁMICAS DE TRABAJO DURANTE LA PANDEMIA

Interesa analizar cuáles fueron los impactos de la inflación de la actividad del *delivery* en las dinámicas de trabajo, específicamente en relación a la jornada laboral, cantidad de pedidos realizados por las y los repartidores, sus ingresos y las formas de pago. Para responder a estos interrogantes y a fin de captar transformaciones, nos focalizamos en las y los repartidores que trabajaban en el sector desde antes de la pandemia.

Según los datos recabados en la "Encuesta 2020", la mitad de las y los repartidores señala que el aislamiento no generó modificaciones en la cantidad de horas trabajadas, al tiempo que la misma proporción sostiene que sí se realizaron más pedidos, con lo cual se advierte, en principio, una intensificación del trabajo que puede atribuirse al aumento de la demanda de los clientes. Ahora bien, resulta interesante que las y los encuestados también respondan que no tuvieron una mejora en sus ingresos con el ASPO. Sólo un tercio dice haber mejorado los ingresos, mientras que más de la mitad considera que se mantuvieron igual, y un 20% que bajaron.

22. De acuerdo con la "Encuesta 2020" dentro de los aspectos positivos de este trabajo un 74% señala la flexibilidad en relación con el manejo de los horarios laborales, y asociado a ello un porcentaje cercano a la mitad (44%) refirió a la autonomía del trabajo, "ser tu propio jefe". En un segundo grupo de menciones se distinguen con un 30% las referidas a los ingresos obtenidos y/o a la relación ingresos / trabajo.

23. Como señalamos más arriba en promedio los repartidores trabajan 48 horas a la semana y 6 o 7 días a la semana.

Cuadro N° 2: **Cambios en las horas trabajadas, pedidos realizados e ingresos percibidos durante el ASPO**

Horas, pedidos e ingresos en el ASPO		Porcentaje %
Cantidad de horas trabajadas	Más horas	34%
	Misma cantidad de horas	47%
	Menos Horas	17%
	Ns/Nc	2%
Cantidad de pedidos realizados	Más pedidos	52%
	Misma cantidad de pedidos	26%
	Menos pedidos	22%
Ingresos promedios en la plataforma	Subieron	30%
	Se mantuvieron igual	48%
	Bajaron	22%

Fuente: "Encuesta 2020". N=297, trabajadores/as que ingresaron antes del ASPO.

De acuerdo con entrevistas realizadas a trabajadores/as y activistas, la incorporación de nuevos repartidores y repartidoras llevó a que se compensen los niveles de trabajo e ingresos. No obstante, esto no explica de forma suficiente por qué el aumento en la cantidad de pedidos realizados no se tradujo en un aumento de ingresos. Aquí se encuentra un punto clave sobre cómo las plataformas organizan el proceso de trabajo y cómo en épocas de pandemia utilizaron su poder discrecional para precarizar aún más las condiciones de trabajo.

Como está ampliamente documentado, estas plataformas pagan por pedido efectuado, sólo que, a diferencia de otros sistemas de pago a destajo, cada pieza no se paga necesariamente lo mismo, sino que las tarifas cambian de acuerdo a "multiplicadores" ejecutados de forma unilateral por las empresas de plataformas (por ejemplo, por trabajar en horas de alta demanda o en día de lluvia). Mientras que durante la pandemia aumentaron discrecionalmente las comisiones que las plataformas cobran a los locales gastronómicos, la tarifa fija pagada a las y los repartidores se mantuvo congelada, al tiempo que reformularon las formas de calcular pagos en desmedro de las y los trabajadores. Según pudimos relevar a partir de las entrevistas, esto sucedió de diferentes maneras: durante el aislamiento Glovo aumentó la tarifa que cobra a sus repartidores/as por usar la aplicación, PedidosYa pasó a calcular los kilómetros en línea recta en vez de hacerlo según el recorrido real, y se extendió el desdoblamiento del pago del servicio, entre punto de retiro y punto de entrega, lo que redundó en un

recorte en los ingresos de las y los repartidores que recogen más de un pedido en el mismo local²⁴.

El aumento de las tarifas y los multiplicadores estuvieron entre los principales reclamos de las y los trabajadores durante la pandemia. Junto con este reclamo se demandó activamente la entrega de elementos de protección frente a la COVID-19: alcohol en gel, mascarillas. Según las y los trabajadores encuestados, sólo un tercio recibió protección en forma completa, mientras que los otros dos tercios declararon no haber recibido ninguna protección o haberlo hecho de forma parcial. Asimismo, en las entrevistas señalan que el acceso a las protecciones fue difícil, dado que había escasos lugares a donde podían retirarlas.

La demanda de más y mejores protecciones fue construida como una reivindicación central de las organizaciones de las y los repartidores durante la pandemia, y se expresó en distintas medidas de fuerza, como caravanas y paros locales e internacionales. Si bien tuvieron niveles dispares de acatamiento, en su conjunto contribuyeron a visualizar esta dinámica compleja y contradictoria que reside en desempeñar un trabajo considerado esencial en el contexto de pandemia, y hacerlo en condiciones de gran precariedad laboral.

24. Si por ejemplo un repartidor o repartidora retiraba de una hamburguesería dos pedidos al mismo tiempo, cobraba 55\$ por cada uno, es decir 110\$. Con el desdoblamiento pasó a cobrar el retiro \$30 (por los dos pedidos) y cada entrega \$25, es decir, 80\$ por ambos. De esa manera, el recorte fue del 27%.

Las formas de organización y protesta de las/os trabajadoras/es de reparto

Nicolás Diana Menéndez



A los pocos meses del desembarco de las plataformas de reparto en Argentina, comenzó a desarrollarse entre las y los repartidores un malestar creciente con la gestión empresarial (algorítmica). Las experiencias de trabajo revelaban una realidad cada vez más distanciada de las condiciones de trabajo declamadas por las empresas, condiciones que, por otra parte, fueron modificándose de modo unilateral y, en la gran mayoría de los casos, con impactos negativos sobre las y los repartidores.

Desde entonces se han desarrollado varias experiencias de organización colectiva de los/as trabajadores/as de reparto. Algunas articuladas con sindicatos preexistentes, otras nóveles con la intención de convertirse en sindicatos reconocidos para la actividad, y algunas agrupaciones de base no sindicales, con mayor o menor nivel de politización de las relaciones laborales. En esta sección realizaremos un breve recorrido por estas organizaciones, deteniéndonos particularmente en las que han tenido mayor presencia y gravitación durante el periodo de pandemia.



Fuente: La izquierda diario

5.1. LAS PRIMERAS EXPERIENCIAS ORGANIZATIVAS

Como señalamos más arriba, la composición originaria de la fuerza de trabajo de las y los repartidores se nutrió de migrantes, particularmente de origen venezolano. Considerar este factor contribuye a comprender algunas de las primeras exploraciones de organización colectiva que ensayaron estos/as trabajadores/as. En primer lugar, se trata de personas migrantes con mínima experiencia de sociabilidad local y que se insertaron en redes de su comunidad aprovechando las ventajas de un trabajo con barreras de ingreso prácticamente nulas. De modo que los vínculos con las organizaciones sindicales preexistentes, así como las redes de militancias políticas loca-

les, no estuvieron disponibles, al menos como primeras opciones. Tanto las organizaciones gremiales como los apoyos externos (red de abogados laboristas vinculados a la Central de Trabajadores Argentinos) son actores que aparecen en un segundo momento, luego de los primeros pasos organizativos de los/as trabajadores/as.

La primera organización de base de trabajadores de reparto por aplicación reconocible, que posteriormente devino en la [APP \(Asociación del Personal de Plataformas\)](#), tiene su origen en Rappi, probablemente por ser la empresa más arbitraria en la gestión del trabajo. El acercamiento a las asambleas de trabajadores se produce por parte del grupo de abogados:

"... antes de hacer la huelga tenían solamente grupos de WhatsApp donde discutían variedades y se contaban problemas dentro de la aplicación. Cuando la aplicación se actualiza los grupos de WhatsApp fueron el receptáculo de las quejas. Espontáneamente surgió la necesidad de reunirse y ver que el grupo de WhatsApp servía para contarse los problemas, pero no servía para decidir qué hacer en torno a eso. Ahí toman la decisión de reunirse en tres plazas, pasa algo que pasó en otras experiencias, sobre todo en Europa, que es que, en las asambleas al no haber práctica de asamblea, si había un periodista la asamblea consistía en trabajadores relatándole al periodista cuál era la modalidad de trabajo (...) Nosotros [el grupo de abogados] participamos de unas de esas asambleas y como fuimos con una cámara para entrevistar a algunos trabajadores, rápidamente la asamblea devino en una explicación de los trabajadores; los trabajadores se comunicaron entre sí comunicándose a la cámara o al entrevistador" (Entrevista personal, abogado de la APP, 6 de diciembre de 2018).

La segunda organización en relacionarse con ellos fue [ASIMM \(Asociación Sindical de Motociclistas Mensajeros y Servicios\)](#), el sindicato preexistente de mensajeros. Pero lo hizo, en la mirada de las y los repartidores, para acordar con la empresa la incorporación de un grupo mínimo de trabajadores que respondían al sindicato, en lugar de asumir sus demandas. Desde ese momento, la relación se rompió y nunca se recompuso. Esa experiencia frustrante marcó el futuro de la organización, y llevó a ese grupo de repartidores y repartidoras a armar su propio sindicato, la APP, que continúa, desde julio de 2018, a la espera de una respuesta del Ministerio de Trabajo a su pedido de inscripción gremial.

La experiencia de [APP](#) tuvo su mayor gravitación en el origen del fenómeno, generando mucha visibilidad e instalando en la agenda pública las paupérrimas condiciones de trabajo que se escondían detrás del canto de sirena de las aplicaciones. Luego de la huelga, la presentación de la solicitud de inscripción gremial y los intentos de negociación con la empresa, sus activistas principales fueron bloqueados de la plataforma, y la organización fue perdiendo su impulso inicial. Durante la pandemia, la organización se fue desdibujando y cuesta identificar acciones colectivas y/o expresiones públicas de la organización. Algunos de los dirigentes y/o asesores se convirtieron en referencia de la problemática, por lo que mantienen su presencia, aunque de carácter más individual, en la escena pública.

A su vez, las expectativas depositadas por este sindicato en la asunción del nuevo gobierno en diciembre de 2019, se vieron doblemente defraudadas: por un lado, conti-

nuó sin respuesta institucional su solicitud de inscripción gremial; por otro, la apuesta a una regulación de la actividad, aunque fuera en el marco de un estatuto específico (sobre lo que volveremos en el próximo apartado) que reconociera sus derechos laborales, a la fecha tampoco logró concretarse.

ASIMM es un sindicato perteneciente a la Confederación General del Trabajo, creado en 2005, con ámbito territorial en la CABA y cuya actividad, la mensajería, se vio fuertemente alterada en los últimos años por las transformaciones tecnológicas que redujeron los trámites presenciales, y por la aparición del comercio electrónico y las plataformas de reparto, que modificaron también el perfil de las y los trabajadores.

Este sindicato pasó de una ajenidad inicial con las expresiones de base de las y los repartidores de plataformas, a una relativa plasticidad que le permitió algunos niveles de interlocución con agrupamientos de trabajadores que en una primera instancia se habían sentido ignorados (Arias et al, 2020). Sin embargo, las acciones de este gremio se focalizan en la dinámica institucional, concentrando sus reclamos al nivel del diálogo gubernamental. Como organización formal tuvieron acceso a reuniones con autoridades nacionales para discutir la posibilidad de un estatuto específico para la actividad, realizaron algunas acciones puntuales frente a empresas, y participaron de la movilización a la Legislatura porteña contra la sanción del Registro Único de Transporte de Mensajería Urbana y de Reparto a Domicilio de Sustancias Alimenticias (RUTRAMUR), sancionado en julio de 2020.

Otro sindicato preexistente y con personería gremial que se acercó a las y los repartidores de plataformas fue la **Asociación de Empleados de Comercio de la seccional Rosario**²⁵, en disonancia con el resto de las seccionales del mismo gremio a nivel nacional. Al igual que ASIMM, este sindicato formalizado cuenta entre sus afiliados con un grupo remanente de trabajadores/as registrados/as por la empresa PedidosYa, que, como ya dijimos, registraba a sus trabajadores hasta que irrumpió el modelo de negocios de Rappi y Glovo, cuando PedidosYa se “adaptó”, despidiendo a repartidores formalizados e incorporando monotributistas.

El sindicato de Comercio de Rosario realizó algunas acciones resonantes durante la pandemia como el armado de una carpa en la plaza principal de la ciudad de Rosario, cuyo propósito fue múltiple: visibilizar la problemática de las y los trabajadores de reparto y ubicar un punto de referencia para repartidores atomizados y expuestos al trabajo en la vía pública, habilitando un espacio donde cobijarse, ir al baño, tomar algo caliente y reunirse con otras/os, incluyendo delegados/as y activistas sindicales. La carpa que, entre otras cosas, brindaba diariamente comida y agua, además de todos los cuidados sanitarios propios de la pandemia por coronavirus, fue levantada luego de 170 días, durante el mes de noviembre de 2020.

El sindicato cambió así de estrategia para este grupo de repartidoras/es. Como organización formal con capacidad y poder institucional, la seccional rosarina de Comercio recurrió también a presiones sobre los estamentos políticos locales reclamando la regulación de la actividad: se dirigió al Concejo Deliberante para lograr la aprobación de un proyecto de ordenanza que regularice la actividad, envió una carta al Goberna-

25. Otras seccionales del sindicato de Comercio, como en las ciudades de San Juan y Mar del Plata, también están intentado afiliar a trabajadores/as de plataformas.
26. <https://www.conclusion.com.ar/gremiales/la-justicia-de-rosario-avanzo-sobre-pedidos-ya-al-reconocer-la-relacion-laboral-de-una-trabajadora-monotributista/01/2021/>. Este fallo se inscribe en la tendencia local e internacional creciente de fallos judiciales favorables al reconocimiento de la relación laboral en este tipo de plataformas.

dor de la provincia de Santa Fe, inició demandas judiciales frente a bloqueos de repartidores monotributistas²⁶, obteniendo algunos fallos favorables de la justicia local.

Con menos poder de fuego, el SUCMRA (Sindicato Único de Conductores de Motores de la República Argentina) tiene presencia en 15 provincias, pero aún no cuenta con personería gremial. También se propone organizar y/o contener en su estructura a las y los repartidores de plataformas. Entre sus acciones pueden identificarse la presencia callejera y la apelación a instancias institucionales:

"Nosotros venimos estando en la calle, si vos te metés en nuestro Facebook, vas a ver que desde que llegaron esas aplicaciones acá, nosotros hicimos escraches, en los lugares donde podíamos, donde nos enterábamos que estaban, pedimos, vamos al Concejo Deliberante, a tener reuniones con los distintos bloques para pedir una regulación, manifestaciones enfrente a la Municipalidad de Rosario, también, pidiéndoles que hagan algo con todo esto. O sea, estuvimos presente, durante estos 4 años desde que llegaron, hasta hoy y lo seguimos estando, recurrimos a instancias judiciales, pidiendo que se las encuadre" (Entrevista personal, referente SUCMRA-Rosario, 31 de julio de 2020).

Este sindicato tiene, como la ASIMM, una fuerte impronta de la cultura motoquera y concentra su representación en el tradicional colectivo de la actividad, aunque intentando incorporar y darle espacio a los colectivos de trabajadores y trabajadoras que se han sumado por la vía de las empresas de plataforma. En ese sentido, el sindicato busca unificar las demandas y hacerse eco de los reclamos. Por caso, frente al acuerdo entre PedidosYa y algunas cámaras gastronómicas con la participación de la Secretaría de Comercio Interior, al que hemos referido más arriba, el sindicato emitió un comunicado expresando su preocupación por la omisión de las y los trabajadores en dicho acuerdo:

"... como institución debemos hacer notar que todos los actores involucrados en el convenio mantienen una deuda creciente e impaga con sus trabajadores, nuestro representados y la reivindicación de sus derechos fue completamente excluida de la discusión de los acuerdos. Es inentendible que en los compromisos firmados no se contemple que las ganancias de las casas de comidas generadas por el límite al porcentaje de comisión que se lleva la plataforma on line se traduzca en seguridad social, insumos sanitarios, cobertura de gastos de combustible y mantenimiento de los vehículos de delivery y/o subas en los ingresos de repartidores (...) los trabajadores repartidores han hecho posible que durante este año y medio de pandemia, cuarentena y aislamiento social, la industria gastronómica no se funda completamente y desaparezca..." (Comunicado de prensa SUCMRA, 3 de julio de 2021²⁷).

Con otro perfil ideológico y lógicas de representación muy diferentes a la ASIMM, SUCMRA tiene, sin embargo, similares dificultades para interpelar a la nueva composición de trabajadores y trabajadoras de reparto, muchos de los cuales optan por vías no sindicales. En efecto, el florecer de organizaciones de riders no se restringe a la búsqueda de derechos laborales y el reconocimiento como trabajadores, sino que en

27. <https://www.facebook.com/Sucmracaba/photos/a.1423172924436357/4116970618389894/>

varias ciudades de la Argentina surgieron agrupaciones cuya aspiración es defender su posición de "independientes", algunas de ellas con una narrativa marcadamente antisindical. Estos grupos también son heterogéneos: algunos, como "Redapps" de Mar del Plata, tienen acercamientos con otras organizaciones más politizadas (particularmente durante la pandemia en torno a reclamos de incremento de los pagos o mejores condiciones laborales), pero no alcanzan fuertes articulaciones debido a las diferencias en las visiones sobre la "autonomía" de las y los repartidores. Otras son marcadamente antisindicales por definición e incluso, tanto en Argentina como en otros países del mundo, tienen discursos muy cercanos a las narrativas empresariales.

5.2. NUEVAS EXPRESIONES SURGIDAS O FORTALECIDAS DURANTE LA PANDEMIA

Otras expresiones y agrupamientos de trabajadoras y trabajadores han emergido en el último período y se han vuelto más visibles y dinámicas en el contexto de la pandemia. Nos detendremos particularmente en dos de ellas, que están vinculadas a organizaciones políticas de la izquierda tradicional.

La *ATR (Agrupación de Trabajadores de Reparto)*, asociada al Partido Obrero, si bien existe desde antes de la pandemia, ha mostrado gran dinamismo durante el período de la cuarentena, tanto por su activación en las grandes urbes argentinas, como por su articulación en la incipiente red internacional "*Alianza Unidos World Action*"²⁸, que está integrada por más de treinta organizaciones de cuatro continentes y que ha realizado cinco paros internacionales entre 2020 y 2021 (más adelante volveremos sobre ella).

Desde el inicio del ASPO, ATR ha tenido una significativa presencia callejera realizando una serie de acciones colectivas orientadas a reivindicaciones de las y los repartidores, además de las acciones articuladas con colectivos más amplios. Entre ellas, se destacan varias asambleas nacionales de repartidores/as; cinco paros nacionales que fueron acompañados de caravanas, cortes y concentraciones frente a oficinas públicas²⁹; movilizaciones por razones puntuales (tratamiento del proyecto en torno al RUTRAMUR en CABA; acciones de solidaridad internacional, como el reclamo frente a la embajada brasileña por la libertad del líder de los "Entregadores antifascistas", etc.); y la participación activa en los paros internacionales.

El conjunto de reivindicaciones durante el período de la pandemia mantuvo el eje en los reclamos más históricos (aumento de los pagos por pedido; reconocimiento de derechos laborales; eliminación de rankings; eliminación de bloqueos y despidos; justicia por repartidores muertos en accidentes de tránsito; reincorporación de *riders* bloqueados), pero se agregaron nuevas demandas vinculadas a la salud: elementos de seguridad, higiene y prevención de COVID-19; bonos e incentivos específicos; mayores testeos y vacunación, etc.

28. <http://unidosworldaction.com/>

29. Vale la pena destacar que, de las movilizaciones y concentraciones relevadas, solamente una se dirigió a la sede de una de las empresas de reparto.

Esta agrupación creció en el contexto de la crisis de la pandemia, consecuencia de la situación paradójica en que quedaron las y los trabajadores durante el ASPO. Un activista de ATR lo relató así:

"... los principales reclamos que llevamos adelante durante la cuarentena fueron, básicamente, que el Estado y las empresas nos reconozcan como trabajadores esenciales porque desde el primer momento que se declaró el aislamiento obligatorio se nos dio, por ejemplo, el permiso para circular, se nos clasifica como tarea esencial pero no como trabajo. No se reconoce nuestra tarea como trabajo o al menos no como... no se reconoce la relación de dependencia dentro de las plataformas" (Entrevista personal, activista de ATR, 25 de julio de 2020).

El fenómeno no puede ser más explícito ni paradójico. Como ya señalamos, las empresas incrementaron fuertemente sus ganancias, tanto por el crecimiento de la demanda como por la suba de las comisiones que cobran a los negocios que se vieron compelidos a vender a través de las plataformas, mientras que las y los trabajadores mantuvieron fijos sus ingresos, exponiéndose al virus con escasas o ninguna protección provista por las empresas.

Como fue resaltado en el apartado anterior, las modificaciones permanentes de las aplicaciones en la gestión del trabajo, continuaron durante la pandemia y en términos generales, degradando las condiciones laborales. En la breve historia de las organizaciones de trabajadores y trabajadoras de reparto, estos cambios en sus condiciones laborales que disparan el malestar, fungen a su vez como puntos de activación de las y los repartidores de cara a la acción y organización colectiva.

A mediados del año 2020, en CABA se suscitó un conflicto a raíz del cambio en la legislación local del Código de Tránsito y Transporte de la Ciudad. Así, la Legislatura porteña creó una forma de regularización de las empresas de plataforma de reparto, asumiendo buena parte del discurso y los argumentos empresariales, como el tratarse de meras "intermediarias".

La norma fue rechazada por legisladores opositores dentro del recinto, y resistida por las organizaciones en la calle (ATR, ASIMM, APP), quienes confluyeron en el mismo espacio físico en oposición a la medida. Pese a la resistencia, la normativa avanzó en la Legislatura porteña con la incorporación de algún cambio menor. Con la modificación se creó el ya mencionado RUTRAMUR.

Desde la perspectiva de los y las activistas, la situación paradójica planteada por la pandemia permitió saldar algunas diferencias de miradas entre las y los trabajadores, asumiendo más crudamente la situación de precariedad y abuso empresarial que sufrían. Así lo señala un referente de ATR:

"El debate interno, todavía, de monotributo o trabajo en blanco era que te cortaban el rostro y nos vemos, 'no quiero hablar nada con vos porque vos querés monotributo', 'y vos me querés sacar plata porque yo estoy bien así, yo quiero seguir monotributando'. Era muy tajante en ese sentido y toda esta experiencia sí logró unificar muchísimo a todo el colectivo de trabajadores para enfrentar el desafío que tenemos ahora, que claramente es distinto, o sea,

ahora la situación de cuarentena varía ... el último mes luchamos un montón, fuimos como a tres paros, dos asambleas nacionales y demás, durante todo ese período logramos un montón de lo que era nuestro programa de mínima" (Entrevista personal, activista de ATR, 25 de julio de 2020).

Finalmente, la organización más reciente es el [SITRAREPA \(Sindicato de Base de Trabajadores de Reparto por Aplicación\)](#), vinculada al partido de izquierda Nuevo MAS. Se crea en el marco de la pandemia, donde la paradoja entre ser esenciales y precarios opera como disparador de la organización:

"... fue en ese marco que, con algunos pibes, algunos que habíamos ido conociendo en la calle, otros que eran compañeros de militancia míos, empezamos a organizarnos para, bueno, encontrarle un poco la vuelta porque también era muy evidente el abuso de parte de las empresas. Era evidente en lo discursivo porque desde el vamos te dicen colaborador y todo y vos tenías un permiso de trabajador esencial. Entonces ya no es que sólo eras trabajador, eras un trabajador a la par de, digamos el personal de salud. O sea, esencial no era poca cosa, era un rol fundamental en la pandemia... Ahí fue esa contradicción entre la precariedad y la esencialidad lo que para nosotros fue un disparador para arrancar fuerte con la pelea..." (Entrevista personal, referente de SITRAREPA, 21 de septiembre de 2021).

Esta agrupación, al igual que APP, apuesta por la forma sindical como modalidad de organización, por lo que a mediados de 2021 presentó su pedido de inscripción gremial en el Ministerio de Trabajo de la Nación. Es allí donde concentran actualmente sus esfuerzos, según relata uno de sus referentes:

"No porque le restemos ninguna importancia al rol de las empresas que es central, pero, en este momento el foco de nuestra pelea es centralmente con el Ministerio de Trabajo por el reconocimiento, porque también es el reconocimiento del sindicato lo que a vos te ampara ante la empresa justamente" (Entrevista personal, referente de SITRAREPA, 21 de septiembre de 2021).

Más allá del reclamo de institucionalización, esta organización reivindica su presencia territorial en las calles como la estrategia sustancial para dotarse del volumen suficiente que le permita disputar el reconocimiento tanto de las autoridades como de las y los trabajadores de reparto. Esa presencia se despliega fundamentalmente a través de lo que denominan "paradas solidarias", intervenciones de carácter similar a la mencionada carpa que había instalado la Asociación de Empleados de Comercio en la ciudad de Rosario. La diferencia es que estas paradas son de menor escala, itinerantes y sostenidas, pero manteniendo el objetivo clave de convertirse en lugares de referencia y encuentro para las y los repartidores, a partir de cierta idea de mutualismo. La presencia territorial y la construcción de lugares de referencia que expresan estas carpas se fueron volviendo el sustento principal de la estrategia de organización de un colectivo atomizado, disperso y en circulación, como es el de las y los *riders*:

"¿Cómo organizo un sector tan atomizado, tan eventual, tan esporádico, tan líquido? O sea, que se te desparrama por todos lados y ¿cómo lo agarro? Bueno, voy a los lugares donde sé que están y me paro ahí para que, en vez de ir a buscarlos, que vengan a mí. O sea, lo que a nosotros nos pasa en la parada solidaria es que vos te parás en un lugar donde sabés que van a venir, entonces, estás en la puerta del Abasto y vienen a vos '¿Qué es esto que están haciendo?' (...) Y así conseguimos al día de hoy más de mil afiliados principalmente en Capital, pero en distintos puntos del país hay paradas solidarias de SITRAREPA, en Córdoba, en Mar del Plata, en Neuquén, en zona sur y zona norte de la provincia de Buenos Aires. Así, de a poquito vamos extendiéndonos..." (Entrevista personal, referente de SITRAREPA, 21 de septiembre de 2021).

Además de las paradas solidarias, SITRAREPA ha realizado algunas movilizaciones al Ministerio de Trabajo de la Nación vinculadas a su reclamo de inscripción, y ha participado de convocatorias más amplias en el marco de las redes relacionadas con su procedencia partidaria. El tipo de reivindicaciones, como hemos dicho, se centra fundamentalmente en el reconocimiento sindical como punto estratégico para acceder a otros reconocimientos y derechos, por lo que realiza permanentes llamados a la afiliación de las y los repartidores. Al igual que sucede con ATR, SITRAREPA comenzó a participar en la coordinación de los paros internacionales con organizaciones de varios continentes en el marco de la red "*Alianza Unidos World Action*", y envió una representación al *Foro Transnacional de Alternativas a la Uberización*, que se realizó en Bruselas, a fines de octubre del 2021.

Finalmente, es importante recuperar la experiencia de la "*Alianza Unidos World Action*", la cual todavía es incipiente, pero se presenta como una tendencia internacional con posibilidad de fortalecimiento y, dadas las características propias del desarrollo de las plataformas, parece constituirse en una de las estrategias clave para afrontar el poder global de estas empresas. En efecto, a partir de la pandemia se intensificaron fuertemente las relaciones de organizaciones de distintos países de la región y del mundo, que sufren problemáticas sólo distinguibles por el tono de su enunciación o la variabilidad del idioma. Esas relaciones fueron asumiendo un carácter sistemático, favorecidas por la masificación y rutinización de los encuentros virtuales, que fueron dando lugar a puestas en común de experiencias, discusiones y propuestas.

La red realizó cinco paros internacionales entre abril de 2020 y noviembre de 2021, concertando acciones de deslogueo y movilización en distintos lugares del mundo. En la primera de estas acciones internacionales realizada el 22 de abril de 2020 participaron organizaciones de seis países de América Latina y Europa. A partir de entonces fue creciendo en número de organizaciones y profundizando el vínculo entre ellas. Se realizaron nuevos paros internacionales en mayo, julio y octubre de 2020, y un quinto paro en noviembre de 2021, en el que participaron más de 30 organizaciones de cuatro continentes.

En el proceso de afianzamiento de vínculos y redes, se han organizado congresos virtuales de repartidoras/es, foros internacionales, conferencias de prensa y encuentros periódicos. Las experiencias de trabajo transversales entre repartidores/as de ciudades de distintas partes del mundo han dado lugar, con relativa facilidad, a la

articulación de una serie de demandas compartidas. El pliego de reclamos es idéntico para los siete idiomas en que está escrito en su página web, resonando familiar en cada una las organizaciones de riders: reconocimiento laboral y descongelamiento de tarifas; rechazo del sistema de rankings; seguros de riesgo del trabajo, contra robos y cobertura de salud; licencias por enfermedad, accidentes y gestación; rechazo del sistema de bloqueos y derecho a rechazar pedidos; justicia e indemnizaciones para las y los trabajadores muertos en accidentes por trabajar y control público y sindical de las apps a través de un registro público.

Las propuestas de regulación laboral a nivel nacional y subnacional

Nicolás Diana Menéndez



El cambio de gobierno a fines de 2019, con la asunción de Alberto Fernández como Presidente de la Nación, proveniente de la alianza Frente de Todos, marcó el inicio de una expectativa de mejora para los trabajadores y trabajadoras de reparto. Una primera señal auspiciosa fue la recuperación del estatus de Ministerio para el área de trabajo que había sido degradada a Secretaría durante el gobierno de Mauricio Macri. Asimismo, el cambio de signo político en la provincia de Buenos Aires, principal distrito demográfico y político del país, implicó una jerarquización del área de trabajo: bajo la nueva gestión el área de inspección del trabajo pasó de ser una Dirección a una Subsecretaría.

Parte de las expectativas de los grupos activistas entre las y los trabajadores de reparto residían en que el Ministerio de Trabajo de la Nación les otorgue reconocimiento gremial (en el caso de APP) y, sobre todo, que se regule la actividad. Mientras que la primera expectativa aún no se alcanzó, la segunda fue uno de los primeros temas de debate en la cartera laboral a nivel nacional y dio origen a intervenciones disímiles de parte de las principales estructuras políticas: el Ministerio a nivel nacional elaboró un proyecto de estatuto específico para los y las trabajadores de plataformas de reparto, y la cartera análoga en la provincia de Buenos Aires optó por ejercer el poder de policía que tiene reservado, bajo la figura de la inspección laboral. Ambas iniciativas serán analizadas a continuación.

6.1. EL PROYECTO DE ESTATUTO DEL MINISTERIO DE TRABAJO DE LA NACIÓN

Muy poco tiempo después de la asunción del gobierno de Alberto Fernández, desde el Ministerio de Trabajo comenzó a discutirse un proyecto de “Régimen del Trabajo en Plataformas Digitales Bajo Demanda”, un estatuto específico para el trabajo en plataformas, pero que en rigor se restringe a las empresas de reparto. El estatuto, discutido por varios actores, nunca logró trascender las paredes del Ministerio, y a finales de 2021 sigue sin tomar estado público. La razón fundamental es que no encuentra los consen-

tos básicos entre las organizaciones de trabajadores, los grupos de abogados labora-
listas, ni las distintas fuerzas que componen la alianza de gobierno.

La discusión de fondo en torno al modo en que se puede o debe regular a las pla-
taformas de reparto se reproduce en muchos lugares del mundo, y en la Argentina se
expresa fundamentalmente en dos posicionamientos fuertes: quienes sostienen que en
la modalidad de reparto por aplicación, así como en otros trabajos de plataformas debe
aplicarse la Ley de Contrato de Trabajo; y quienes consideran que ésta no es suficiente
y que por tanto, es preciso un régimen específico, como sería un estatuto. Atenderemos
en este apartado a los argumentos centrales de ambas posiciones con respecto a la
existencia de una regulación específica para el sector.

Para la primera posición, en el trabajo de las y los repartidores no hay ninguna no-
vedad respecto a otras actividades laborales del sector privado y, en consecuencia, le
cabe la aplicación, lisa y llana, de la Ley de Contrato de Trabajo N° 20.744. Así lo expresa
un integrante de la Asociación de Abogados Laboralistas:

*"Yo creo que es un debate dentro de visiones protectorias, acá no hay ninguna visión que sea
flexibilizadora o regresiva, creo que hay un marco de buenas intenciones. Más allá de eso, lo que
yo creo es que se trata de trabajadores, se trata de trabajo y está enmarcado, no hay nada que,
jurídicamente, que permita suponer que no están incluidos en la Ley de Contrato de Trabajo hoy.
Si vos agarrás el artículo 4 de la Ley que define qué es trabajo, quiénes son los trabajadores y
qué es una relación de empleo, por supuesto que los repartidores están incluidos, y si agarrás el
artículo 5 que es la definición de empresa, también. Es decir, no hay un gris en esto... es trabajo
en los términos de la Ley de Contrato de Trabajo"* (Entrevista personal, miembro del Consejo
Directivo de la AAL, 8 de julio de 2021).

Por su parte, la asociación sindical preexistente a la llegada de las plataformas,
ASIMM, que además tiene un convenio que rige la actividad de cadetería (CCT 722/15),
sostiene una posición igualmente contraria a la construcción de una legislación espe-
cífica, y brega por la aplicación de la existente. No obstante, dado que también se ca-
racteriza por ser un sindicato negociador, con recursos institucionales y posibilidad de
diálogo con las autoridades nacionales, está dispuesto a discutir un estatuto, sólo que
aquí el principal punto de discusión gira en torno al reconocimiento de la existencia de
un contrato de trabajo:

*"Nosotros seguimos pensando que no hace falta [un estatuto], pero de alguna manera con los
compañeros dijimos: si hay que hacer un estatuto, vamos a acompañar la decisión del estatuto,
porque no nos parecía tampoco una cosa descabellada. Y ahí empezamos con el diálogo con
los asesores del Ministro (...) El problema principal es que lo que estamos reclamando es que si
va a ser un estatuto de contrato de trabajo, tiene que decir 'contrato de trabajo', no puede decir
otra cosa que no sea un contrato de trabajo ... nosotros exigimos que haya relación laboral, no
podemos permitir que un estatuto deje una zona gris, donde después quede el trabajador en
desventaja para discutir con corporaciones como las que manejan las plataformas..."* (Entrevista
personal, miembro del Consejo Directivo de ASIMM, 5 de agosto de 2020).

La referencia a la relación de trabajo aparece como crucial y abre la polémica desde el primer artículo del proyecto de estatuto sobre el que se trabajó, ya que allí señala: "Se regirá por las disposiciones de la presente ley, *la relación jurídica que vincula a las empresas dedicadas al reparto y entrega de productos diversos, que administran plataformas digitales, con las personas que trabajan que, sin obligación de asistencia permanente, prestan servicios desplazándose para llevar a cabo tal actividad en favor de dichas empresas*" (Proyecto de Régimen del Trabajo en Plataformas Digitales Bajo Demanda, 2021, el destacado es nuestro).

En ese mismo párrafo se encuentra explicitado también el argumento central de la segunda posición, la que sostiene la necesidad de un régimen específico para la actividad. En efecto, para los redactores del estatuto la "no obligación de asistencia permanente" constituye el elemento jurídico distintivo y específico. Según esta posición, lo que diferencia a las y los trabajadores de reparto a través de plataformas es el acceso a un bien desconocido por el común de las/os trabajadoras/es: la posibilidad de disponer de cierta "soberanía del tiempo de trabajo" que debe ser legislada y, en alguna medida, protegida como una virtud. Así lo explica un asesor del Ministerio de Trabajo de la Nación:

"Nosotros nos apoyamos en esa idea, que además es una idea que recogió la declaración del Centenario de la OIT. Digamos, unas relaciones laborales que le permitan a la persona recuperar esa soberanía existencial, en términos individuales y en términos relacionales ... Y lo que hicimos nosotros es hacer un sistema en donde la persona, previamente contratada, tiene el derecho de vincularse al sistema productivo cuando tenga ganas. Digamos, no tiene obligación de asistencia ni de puntualidad. Ahora, la contracara de la puesta a disposición del trabajo de cualquier persona es la obligación concurrente de ser remunerada; digo, cuando me pongo a disposición cosa que no ocurre hoy con estas personas. Ellas se loguean y no cobran por ese tiempo de espera hasta que les aparezca un pedido; cuando les aparece un pedido, ahí aparece el derecho a ser remunerada; y cómo se fija esa remuneración, nosotros habíamos puesto salario mínimo, vital y móvil, después lo cambiamos por convenio colectivo. Y eso se complementa con una remuneración, eso la Ley de Contrato de Trabajo lo contempla, que se incrementa con el pedido, la distancia que implica hacer ese reparto y las condiciones en que se hace; si hay mal clima, si es de noche, etc. Un doble componente de la remuneración" (Entrevista personal, asesor Ministerio de Trabajo, 9 de julio de 2021).

El argumento de la soberanía del tiempo de trabajo por parte de las y los trabajadores encuentra ecos en la defensa de la idea de autonomía que muchos sostienen. En efecto, entre las virtudes destacadas por las y los repartidores, la idea del manejo del tiempo es altamente valorada. Según la "Encuesta 2020", una inmensa mayoría de la población encuestada considera importante poder decidir los días y cantidad de horas a trabajar, casi el 80% lo definió como muy importante en una escala de 1 a 5, entendiendo 1 como nada importante y 5 como muy importante, y un 10% más se posicionó en el valor 4 de importancia. Esta valoración y percepción de autonomía, no obstante, es desmentida por la realidad que indica que esos mismos trabajadores y trabajadoras están conectados 48 horas a la semana durante 6 o 7 días por semana, a fin de alcanzar

mejores ingresos.

Ahora bien, desde la propia perspectiva de los redactores del estatuto, el punto central de la cuestión parece pasar por la cantidad de horas y la organización de la jornada de trabajo para definir si corresponde o no establecer una relación laboral. En su argumentación, otro de los asesores del Ministerio de Trabajo señaló:

"En el caso de los trabajadores de plataforma y de reparto, cuando trabajan muchas horas, cuando trabajan todos los días, cuando es su única y principal fuente de ingreso, no hay mucha discusión, si hubiera un planteo judicial no hay mucha discusión de que es una relación de dependencia, pero cuando las características son distintas sí hay discusión. Entonces, con la relación de dependencia nosotros creemos que no nos alcanza para proteger a todos los trabajadores de plataformas, entonces cuando nosotros queremos salir un poco de la relación de dependencia, no es para proteger menos sino para proteger más, o sea, con el estatuto que hemos pensado estamos tratando de dar protección a todos los que tienen indiscutiblemente relación de dependencia y a todos los demás, sobre los cuales se puede discutir porque trabajan menos horas, menos días... A todos estamos tratando de darle protección. Lo que estamos tratando de hacer con este estatuto es que la relación de dependencia no sea más la llave de la protección, esa es la cuestión para nosotros. Desde otra visión, está la Ley de Contrato de Trabajo y tienen que encajar acá. Lo que ocurre es que algunas características no encajan en los parámetros del contrato de trabajo en relación de dependencia, nosotros queremos darle protección, aunque no encajen en ese esquema" (Entrevista personal, asesor Ministerio de Trabajo, 29 de junio de 2021).

En contraposición, quienes se oponen al estatuto sostienen que no se puede hacer pasar la excepción por la regla y aplicarle un régimen especial, que en última instancia desprotege, respecto a los términos de la Ley de Contrato de Trabajo, a la totalidad de las y los trabajadores de reparto que mayoritariamente trabajan largas jornadas, en función de un grupo menor de repartidores/as que pueden tener una relación de mayor flexibilidad hacia el trabajo.

Queremos señalar un tercer argumento que esgrimen quienes redactaron el proyecto: al día de hoy este colectivo laboral está desprotegido, ya que la LCT en los hechos no se les aplica, y las instancias judiciales son de carácter individual y se alcanzan una vez que se ha extinguido el vínculo. Sobre este punto se despliegan dos argumentos derivados; el primero tiene que ver con que el estatuto descentra el debate sobre la laboralidad (debate en que se encuentran empantanadas las discusiones jurídicas en muchos países), para pasar a definir una protección independientemente de si se considera a las y los trabajadores dependientes o no. Es decir, se corre la discusión sobre la relación de dependencia. Un asesor del Ministerio de Trabajo lo explica del siguiente modo:

"Cuando definimos el ámbito de aplicación, no planteamos que la relación de dependencia sea una exigencia para la aplicación del estatuto ni de la Ley de Contrato de Trabajo, decimos: las personas que hacen este trabajo, sin obligación de asistencia permanente, porque esta es la

cuestión diferencial por la cual hay un estatuto, que es la posibilidad de que los trabajadores decidan cuándo empiezan a trabajar y cuándo terminan, loguearse y desloguearse, bueno, estas personas están abarcadas por la protección estatutaria, tengan relación de dependencia o no. Te saco la relación de dependencia de la discusión. Vos pusiste un pie en la bicicleta, estás protegido, no importa cuántas horas trabajas" (Entrevista personal, asesor del Ministerio de Trabajo, 29 de junio de 2021).

En segundo término, para sus impulsores, el estatuto brindaría la posibilidad de la representación sindical (vedada hoy para quienes no sean trabajadores/as inscriptos/as en una relación laboral), que en buena medida es la llave para la defensa colectiva de todos los derechos laborales, incluida la posibilidad de negociar convenios colectivos que mejoren las condiciones establecidas por el estatuto.

Si bien desde el Ministerio se argumenta que el proyecto de estatuto establece una cobertura de protección similar a la Ley de Contrato de Trabajo, desde ese mismo espacio se reconocen algunas debilidades en relación a aquella ley. El instituto en que se advierte mayor dificultad es el vinculado a las enfermedades inculpables, donde el estatuto sólo prevé en su artículo 20, la creación de un fondo de reserva por enfermedad a cargo de la empresa, y que, según los propios redactores, supone mayor desprotección que la LCT dado que se estipula en función del tiempo trabajado:

"Si ha trabajado mucho tendrá mucha protección con la Ley de Contrato de Trabajo, y si ha trabajado menos, bueno, va a tener menos protección porque ha devengado menos, porque ha trabajado menos tiempo, siempre del punto de vista que es la decisión del trabajador cuándo se conecta y cuándo no" (Entrevista personal, asesor del Ministerio de Trabajo, 29 de junio de 2021).

Muchas voces se cruzan sobre cuál es la mejor o más eficaz manera de proteger a las y los trabajadores de plataformas y de regular la actividad de estas empresas. A fines del año 2021 sigue habiendo alguna expectativa de avance de la propuesta de estatuto entre sus promotores, aunque continúa en estado de tentativa.

6.2. OTRAS INTERVENCIONES PÚBLICAS SUBNACIONALES

Más allá del intento regulatorio a nivel nacional, hasta aquí fallido, son escasas las intervenciones por parte de los poderes ejecutivos y legislativos³⁰, es decir, no se verifican instancias que expresen la voluntad política de avanzar sobre regulaciones en este universo que cada vez implica a más personas. Excepcionalmente podemos encontrar tres intentos de intervención subnacional sobre las relaciones entre trabajadores/as y empresas de plataformas de reparto orientadas en sentidos divergentes.

30. Un antecedente de carácter más testimonial dado que no pasó de la presentación, es un proyecto de ley muy breve, con apenas 9 artículos, presentado en 2019 por la diputada del Frente de Izquierda, Romina de Pla. Allí se propone mejorar las condiciones de trabajo y salariales y el reconocimiento de la relación laboral. <https://twitter.com/rominadelpla/status/1155916373710843907?lang=es>

La primera es la [Ley N° 9086 de la provincia de Mendoza](#), que habilita y reglamenta por primera vez en la Argentina el funcionamiento de la empresa Uber, regulación que en principio se restringe al transporte de personas. Vale recordar también, como se ha señalado más arriba, que la versión de reparto de mercaderías de esta empresa, UberEats, se retiró de la Argentina en 2020.

La segunda intervención, ya aludida, sucedió en la [CABA](#), cuando en 2020 se modificó la [Ley N° 2.148](#) que aprobaba el Código de tránsito y transporte urbano, adaptándolo a las necesidades de las empresas de plataforma para que pudieran operar en el ámbito local sin contradicción con la ley, generando un reconocimiento de hecho de las pretensiones de las empresas de figurar como simples intermediarias, sin mayores obligaciones.

En un estudio pormenorizado de la normativa legal vigente sobre plataformas, Mugnolo, Caparrós y Glocman (2020) señalan que *"de una lectura armónica de la ley 5.526, que en el año 2016 había modificado el Código de Tránsito y Transporte, no existía posibilidad alguna de que las plataformas digitales de entrega a domicilio, que postulan la autonomía del repartidor, desplegaran su actividad en un todo de acuerdo con lo normado por el Código"* (Mugnolo et al, 2020: 31). De hecho, como el mismo estudio indica, a lo largo de 2018 se sucedieron varias sentencias señalando la falta de adecuación, llegando en algún caso a prohibir la operatoria. La solución al intrínquilis por parte del gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires fue modificar las leyes para adaptarlas a las necesidades empresariales. Dos modificaciones fueron sustanciales: una que reemplazó la mención al prestador del servicio como *"un conductor habilitado, bajo dependencia y responsabilidad"*, por una fórmula que omite esta última referencia a la dependencia (ahora se habla de *"mensajeros y/o repartidores habilitados"*). La segunda modificación refiere a los prestadores como *"persona humana o jurídica que opera y/o administra una plataforma digital a través de la cual terceros ofertan y demandan el servicio de Mensajería Urbana y/o Reparto a Domicilio de Sustancias Alimenticias"*, asumiendo por completo el discurso empresario que se autodefine como mero intermediario entre la oferta y la demanda (Mugnolo et al, 2020).

Orientada en una dirección completamente distinta se encuentra la intervención del [Gobierno de la Provincia de Buenos Aires](#), el cual amparado en las competencias territoriales del Ministerio de Trabajo provincial, desplegó en el mes de julio de 2020 una serie de inspecciones laborales sobre las y los trabajadores de reparto en varios municipios del conurbano bonaerense: La Plata, Avellaneda, Quilmes, Lomas de Zamora, Lanús, San Isidro, Vicente López y La Matanza, relevando un total de 172 trabajadoras y trabajadores relacionados con tres empresas: Rappi, Glovo y PedidosYa (Ministerio de Trabajo de la Provincia de Buenos Aires, 2020).

A partir de las inspecciones realizadas, el Ministerio pudo constatar de primera mano las condiciones en que se realiza el trabajo y su adecuación a los criterios de laboralidad establecidos por la Ley de Contrato de Trabajo. De los 172 casos relevados en distintos territorios, durante cinco días de julio de 2020, en distintas franjas horarias, el 98% de las y los trabajadores declaró no poseer vacaciones, licencias pagas, percepción de aguinaldo, ni otra retribución diferida. En relación al goce de

una ART, seguros de accidente u otro tipo de cobertura, la amplia mayoría indicó que no posee ART, mientras que un 20% declaró algún tipo de cobertura de seguros pero que en la mayoría de los casos son financiados por los mismos trabajadores y trabajadoras. Sólo un 2% respondió que se encontraba en relación de dependencia con su empleador, situación que representa el remanente de trabajadores/as registrados/as en la empresa PedidosYa.

La estrategia del Ministerio durante las inspecciones consistió en recabar la mayor cantidad de datos posibles sobre las condiciones de trabajo de las y los repartidores dado el lodazal en que se encuentran, en buena parte del mundo, las discusiones sobre los indicios de laboralidad presentes en estos trabajos. Como señala un funcionario de esta cartera, la inspección trascendió el caudal de información que se suele recoger en las inspecciones rutinarias:

"...hay elementos de sobra... o sea, ¿te dan elementos de trabajo?, ¿te los brindaron ellos? [las empresas], ¿te dieron una capacitación?, ¿te definen la tarifa? Vos, ¿cuántas horas trabajás? Ellos [las empresas] te dicen que ninguno vive de esto, que es una changa, sin embargo, del relevamiento nuestro salió que todos viven de eso. Que es su principal ingreso, o sea, todos, la totalidad te diría, que lo hacen" (Entrevista personal, funcionario del Ministerio de Trabajo de la PBA, 1 de julio de 2021).

En el caso de las inspecciones del trabajo, la autoridad pública no puede basarse en presunciones, debe constatar a las personas en situación de trabajo, así cuanto mayor cantidad de elementos característicos de la relación pueda detectar, más vigoroso resulta el caso. Luego se invierte la carga de la prueba y es la empresa la que debe demostrar que no viola la normativa.

La situación pone a la luz una paradoja ya señalada por Filgueiras y Antunes (2020): cuando más fácil parece proteger al trabajo desde el punto de vista tecnológico, se vuelve políticamente más difícil implementar su regulación. Una reflexión en el mismo sentido aporta el funcionario del Ministerio respecto a lo rudimentario e incompleto que supone abordar una inspección de trabajo para constatar situaciones que, en rigor, se encuentran registradas hasta el último detalle en la caja negra de los algoritmos empresariales:

"Después hay que discutir cómo queremos ir hacia otro modelo de inspección, porque la realidad es que la tecnología que se lleva para optimizar o mejorar la rentabilidad de las empresas, también puede ser utilizada por el Estado para controlar que no se vulneren derechos. La empresa tiene una gran herramienta, tiene todo el monitoreo de todo el trabajo de los repartidores, y esa es su gran debilidad. Porque si yo pudiera auditar eso, no hay discusión de nada, yo no tendría que hacer ninguna inspección. Si yo pudiese intervenir y auditar y tener un control de la plataforma, directamente le digo: todas estas personas tienen que estar en relación de dependencia, trabajan más de 9 horas, trabajan 7 días a la semana. O sea, no necesito ni siquiera preguntar o entrevistar al trabajador sobre su situación de registración" (Entrevista personal, funcionario del Ministerio de Trabajo de la PBA, 1 de julio de 2021).

Además de la limitación política existen limitaciones de diseño y de orden técnico para poder volver más eficaces las herramientas estatales frente a los desafíos que plantean las nuevas tecnologías en manos empresariales. La inspección del trabajo se encuentra conceptualmente diseñada para operar en mercados formales, en donde las empresas cumplen, en términos generales, con las normativas y la inspección corrige y ordena lo que está fuera de regla. Por el contrario, en el caso de las empresas de plataformas, las autoridades se enfrentan a una actividad completamente al margen de la normativa y con enormes capacidades (tecnológicas y políticas) de elusión de las regulaciones. Desde ese punto de vista, para los poderes públicos resulta cada vez más necesario el desarrollo de departamentos tecnológicos específicos orientados a combatir y regular estas elusiones y una articulación más estrecha entre los distintos organismos. En el caso argentino, algunas agencias estatales han comenzado a desplegar estrategias y recursos en esa dirección, el caso paradigmático es el de la AFIP que cuenta con una división orientada al análisis de big data y la utilización de inteligencia artificial.

Los pasos formales dados por la Subsecretaría de Inspección del Trabajo del Ministerio de Trabajo una vez recabada la información consistieron en: realizar los sumarios y expedientes correspondientes y requerir la información laboral a las empresas (libros, recibos de sueldo, etc.). Éstas respondieron presentando sus descargos; ante la ausencia de pruebas se abrió la imputación por la falta de registración y posteriormente la Subsecretaría técnica legal aplicó sanciones monetarias a las tres empresas en cuestión, variando los montos en función de la cantidad de trabajadoras y trabajadores relevados en cada caso. La cifra total, cercana a los 40 millones de pesos debió ser abonada por las empresas para poder luego apelar a la instancia judicial. Hacia el mes de septiembre de 2021, los primeros fallos judiciales de la provincia ratificaron las multas impuestas por el gobierno provincial, con argumentos que fortalecen la idea de que existen relaciones laborales³¹.

Si bien está lejos de tener consecuencias definitivas sobre la regulación laboral de las empresas de plataformas, la intervención estatal relatada constituye un hito importante si la ponemos en perspectiva con la falta de acción pública en el resto del país, e incluso en relación a las políticas públicas regionales e internacionales referidas a este tema. Además de incorporarlo en la agenda política y visibilizar la problemática con la legitimidad que le otorga un discurso oficial, ha promovido el acercamiento de algunos sindicatos formales que consultan a los funcionarios sobre la voluntad política de avanzar en conjunto, y podría traccionar a las empresas a ingresar en las discusiones y negociaciones sobre la posibilidad de una legislación nacional. Al menos así lo perciben desde el grupo de asesores legales que trabaja en la propuesta del estatuto:

"Las inspecciones crean un escenario a mi juicio, a nuestro juicio, político que permite poner sobre el tapete la discusión de la necesidad de una normativa específica, entonces bienvenida sean las inspecciones. Primero porque es correcto lo que están haciendo, y segundo porque nos pone frente a la discusión concreta y a la posibilidad de la normativa para este colectivo

31. Sentencia del Tribunal de Trabajo nro. 4 de La Plata sobre la causa N° 29059, caratulada "KADABRA SAS C/ MINISTERIO DE TRABAJO S/ APELACION DE RESOLUCION ADMINISTRATIVA", 9 de septiembre de 2021. Sentencia del Tribunal del Trabajo nro. 1 de La Plata sobre la causa N° 49008, caratulada "REPARTOS YA S.A. S/ APELACION DE RESOLUCION ADMINISTRATIVA", 24 de noviembre de 2021.

... porque eso va a poner a las empresas en una situación de aceptar esto más fácilmente ..."

(Entrevista personal, asesor Ministerio de Trabajo, 29 de junio de 2021).

Independientemente de sus efectos sobre las negociaciones en curso, resulta auspicioso que la iniciativa política comience a poner el foco en un colectivo laboral desprotegido, tan visible en las calles como invisibilizado en las regulaciones.



- Las plataformas son empresas que operan a escala internacional y tienen un modelo de negocios que busca la **construcción de un nuevo mercado**, como es el *delivery*. En su fase actual de desarrollo, distintas empresas compiten y colaboran en la construcción de ese mercado. Finalmente, sólo una de ellas se quedará con la totalidad de las operaciones.
- Si bien este modelo se desarrolla a nivel mundial, las plataformas presentan **especificidades en las geografías en las que operan**. Así en el caso de Argentina su llegada en 2018 estuvo facilitada por un conjunto de condiciones: un mercado de trabajo caracterizado por la fragmentación y precariedad laboral, la disponibilidad de grandes volúmenes de fuerza de trabajo proveniente en sus comienzos de la migración venezolana, la promoción por parte del gobierno (2015-2019) de la individualización de las relaciones laborales y la desprotección de las y los trabajadores.
- La pandemia representó a nivel internacional y también en Argentina un punto de inflexión en la operación de las plataformas de reparto, dado que éstas se convirtieron en una actividad esencial: no en términos de intermediación, sino en la **distribución de alimentos para la reproducción social**. Locales gastronómicos, consumidores/as y repartidores/as se vieron compelidos a acudir a las plataformas.
- Se experimentó una **aceleración de la tendencia propia del modelo de negocios**: la concentración del mercado en manos de pocas empresas de plataformas. Ante la diversidad de marcas comerciales, los grandes inversores priorizaron aquellas con mayor volumen de operaciones. Aquí reside la clave para entender la interrupción de operaciones de ciertas empresas, como Glovo y UberEats en Argentina. No se retiraron del mercado local por ser sometidas a regulaciones (o temer serlo), sino por razones de negocios.
- Los servicios que ofrecen las plataformas a los locales gastronómicos (“aliados” o “partners”) son dos: **el delivery y el marketplace**, es decir, la construcción y exhibición del catálogo de productos. Mientras que el primero implica para los locales tercerizar la responsabilidad con respecto a las y los trabajadores de reparto, el segundo presenta la posibilidad de aumentar su cantidad de operaciones, ya que las plataformas se dedican a crear demanda y llegar de forma masiva a los clientes. **Las empresas de plataformas son formadoras de hábitos de consumo**.

- Si bien los contratos entre los “aliados” o “partners” con las plataformas son bilaterales, es decir, con obligaciones mutuas, [la relación entre las partes es de hecho asimétrica](#), ejerciendo las plataformas dominación sobre los locales gastronómicos, especialmente los más pequeños. Las asimetrías están dadas al menos por tres factores: i) la determinación de comisiones abusivas, ii) el control por medio de la gestión algorítmica, lo que incluye sistemas de penalización, iii) la intervención indirecta sobre los procesos productivos, esto es los tiempos y productos ofrecidos por los locales gastronómicos.
- En el contexto de pandemia las plataformas en Argentina aprovecharon su lugar estratégico en el mercado para [aumentar de forma abusiva las comisiones](#) cobradas a los locales gastronómicos con los que tenían acuerdos preexistentes, o exigir comisiones altas a los recién llegados. De esta manera, se valieron del momento excepcional para [trasladar los costos de adquisición de mercado a los locales](#).
- En la negociación de comisiones, sólo las grandes cadenas pueden obtener mejores condiciones. Esto refuerza las asimetrías en el mercado gastronómico, ejerciendo por tanto las empresas de plataformas, de forma indirecta, [prácticas que pueden ser consideradas de dumping](#) en perjuicio de los locales de menor envergadura.
- Los locales gastronómicos más pequeños, para mantenerse competitivos, trasladan los costos generados por las comisiones a los precios que pagan los/as consumidores/as. De esta manera, la operación de las plataformas de reparto [genera efectos inflacionarios](#) por una doble vía: por un lado, por los gastos pagados por el delivery, y por otro, por el aumento de precios de los productos. [Las plataformas son formadoras de precios](#). Si bien ha habido intervenciones por parte de la Secretaría de Comercio Interior para controlar las comisiones, éstas fueron limitadas y a corto plazo.
- El [trabajo de plataformas se convirtió en un refugio](#), al comienzo para la población migrante venezolana, y en tiempos de pandemia para población argentina, incorporándose además una mayor cantidad de mujeres. Para esos grupos, este trabajo presenta oportunidades de empleo e ingresos y, además, a priori, de posibilidades de autonomía, sobre todo en relación al tiempo de trabajo. Todo ello es especialmente valorado en contraste con las sucesivas coyunturas de crisis y las trayectorias sociolaborales de quienes se incorporaron a las plataformas, muchos de ellos provenientes de experiencias de informalidad laboral.
- El trabajo de plataformas también es informal, sin protección laboral alguna, con lo cual se produciría una suerte de [movilidad horizontal desde una informalidad a otra](#). Además, con el desarrollo cotidiano del trabajo, las y los repartidores advierten que, dados los sistemas de control algorítmicos, los márgenes de libertad son reducidos: una gran proporción trabaja durante largas jornadas en los horarios que el mercado/las plataformas exigen. Se presentan indicadores de [profesionalización del trabajo de reparto](#).
- Durante la pandemia, [las prácticas de explotación ejercidas por las plataformas en relación a las y los repartidores se intensificaron](#): aumentó la discrecionalidad empresarial para el cálculo de los ingresos, cuya tarifa fija se congeló, y las empresas

otorgaron sólo parcialmente elementos de protección frente a la COVID-19, debiendo las y los repartidores esenciales asumir los riesgos de salir a trabajar.

- Frente a las prácticas de abuso y explotación laboral, las y los trabajadores protagonizaron [distintas acciones de protesta y se organizaron con distintas formas \(sindicales y no sindicales\)](#). Estas organizaciones se encuentran fragmentadas, y han tenido distintos momentos de mayor protagonismo y reflujo, algunas fueron más activas en los comienzos y otras durante la pandemia.
- La pandemia agudizó las condiciones de precariedad laboral, y sirvió de oportunidad para que los activistas [organicen el descontento y malestar de las y los trabajadores](#). En esa coyuntura se hizo patente la situación paradójica que atraviesan las y los repartidores como sujetos laborales esenciales y precarios. Esa situación permitió, aunque sea parcialmente, zanjar las diferencias en las perspectivas entre trabajadoras/es y distintas organizaciones, y coincidir en reclamos de mejores ingresos y condiciones laborales.
- Los [resultados de las medidas de fuerza realizadas han sido pírricos en el corto plazo](#), obteniendo en forma circunstancial aumentos en las bonificaciones o algunos elementos de protección durante la pandemia. No se ven, en cambio, conquistas de mediano y largo plazo asociadas a las garantías del ejercicio de los derechos del trabajo. Los grandes logros de las organizaciones colectivas son, en principio, dos: por un lado, la [visibilización del problema](#), su instalación en la escena pública, y por esa vía el ejercicio de cierta presión sobre las plataformas y las autoridades de gobierno para generar canales de diálogo social. Por otro lado, la [contribución a construir, aún con dificultades, una identidad colectiva como trabajadores/as](#).
- Desde la Ciudad de Buenos Aires, principal distrito en el que operan las plataformas de reparto, se tendió a adaptar la ley a las necesidades de las plataformas, con intervenciones sui generis como la creación del RUTRAMUR. Por el contrario, a partir del cambio de gobierno a nivel nacional y en provincia de Buenos Aires (2019), se reconoce una [voluntad política de atender al problema de la desprotección laboral](#) a la que se ven sometidos las y los trabajadores de plataformas. Sin embargo, [no existe una mirada ni intervención unívocas](#) respecto al modo en que ello debe hacerse.
- Desde el [Ministerio de Trabajo de la Nación](#) se considera necesario -dado el manejo de facto discrecional de las plataformas- [crear una normativa específica](#) para dotar de más derechos a las y los trabajadores de reparto: un estatuto. Otras voces, en cambio, argumentan que la normativa existente (Ley de Contrato de Trabajo) es pertinente y adecuada. En este último grupo se encuentra la Asociación de Abogados Laboralistas, mientras que no hay una posición uniforme entre las distintas organizaciones de trabajadores/as existentes. El [Ministerio de Trabajo de la Provincia de Buenos Aires](#) por su parte, parece encontrarse más cercano al [encuadramiento en la LCT, lo que se expresa en las inspecciones](#) realizadas a las y los repartidores en su territorio y las posteriores multas a las empresas.



- Las plataformas son empresas mundiales con muchísimo poder a nivel global y expresan el desarrollo de un nuevo modelo de negocios basado en las posibilidades de escalabilidad que ofrece la tecnología digital. En este sentido se muestra como un **modelo en expansión, al que es preciso contener más que combatir**. Las plataformas de reparto en países como Argentina, con buena parte de su economía informal, presenta ciertos beneficios: la creación de puestos de trabajo y la formalización de las operaciones en el mercado gastronómico, un sector con altos niveles de informalidad. No obstante, las relaciones que establecen las plataformas, tanto con las y los trabajadores de reparto como con los locales gastronómicos, son asimétricas (lo mismo puede decirse con respecto a los/as consumidores/as) y abusivas, y generan efectos distorsivos sobre el mercado. Esto vuelve imperiosa la **necesidad de que los poderes estatales y/o supraestatales intervengan a fin de controlar y regular la actividad**.
- **Las plataformas se presentan como una oportunidad cierta y real de trabajo, un refugio** para la población migrante y argentina que, por distintos factores, coyunturales y estructurales, carecen de un trabajo formal y bien pago. Este fenómeno es auspicioso considerando las sucesivas crisis y los altos niveles de desocupación, subocupación e informalidad laboral que sufren países como Argentina. No obstante, **el trabajo que generan las plataformas es informal**, sin ingresos mínimos garantizados y con condiciones de trabajo precarias: las y los repartidores aportan sus activos, asumen los riesgos y también los costos laborales y vitales de la actividad de reparto. En años de gobierno neoliberal, la individualización de los vínculos laborales se presentó como una respuesta a los niveles de desocupación y se vio a las plataformas como el modelo a seguir para la incorporación de la figura jurídica del "autónomo dependiente", una figura híbrida que resta derechos a las y los trabajadores. Por su parte, las empresas de plataformas declaran adherir a la necesidad de regulación, pero advierten que ello se debe hacer "respetando el modelo" y que la legislación laboral existente es vetusta e inadecuada. Sin embargo, si bien la literatura especializada no es unánime, sí existen sendos fallos judiciales (entre los más reconocidos el fallo "Uber" de la Corte Suprema en Gran Bretaña) que, por ajustarse a indicadores de ajenidad y dependencia, no

tienen dudas respecto a la existencia de una relación laboral entre las empresas de plataformas y las y los trabajadores: impera la "primacía de la realidad". En otros términos, el trabajo en plataformas se encuadraría en las definiciones contempladas en las normas laborales existentes, en el caso de Argentina la Ley de Contrato de Trabajo. Esto supone que en términos jurídicos la norma no es inadecuada, insuficiente ni vetusta, pero sí se advierte a la luz de los hechos que, al menos a la fecha, [el poder de policía del Estado es insuficiente e ineficaz para hacerla cumplir](#). Este cuadro, a despecho de lo que la mirada local escéptica podría suponer, no es privativo de Argentina. El mismo fenómeno se presenta a nivel mundial: empresas que se definen como meras intermediarias tecnológicas, no reconocen la relación laboral, y eluden las reglas del sistema democrático, imponiendo sus propias prácticas y estándares. [Frente a este fenómeno de escala mundial](#) la respuesta debiera ser igualmente mundial, aquí grandes instituciones como la Comisión Europea o, en un plano más declarativo, pero no por ello menos importante, la Organización Internacional del Trabajo, tienen responsabilidad en crear nuevas normas, en un caso vinculantes, en el otro como recomendación. Eso no exime de responsabilidad a los poderes públicos a nivel local. Por el contrario, las agencias con potestades en la fiscalización y ejercicio del poder tutelar del Estado sobre los derechos de las y los trabajadores son múltiples, desde la administración de impuestos hasta las autoridades del trabajo a distintos niveles de gobierno. [Las inspecciones del trabajo se presentan como una intervención auspiciosa tanto para visibilizar la problemática como para ejercer presión sobre las empresas](#). Esta política puede ser desarrollada en diferentes distritos de forma articulada y masiva. Del mismo modo, [una legislación específica para el trabajo de plataformas, dada la correlación de fuerzas existente, puede resultar posible](#), pero esa posibilidad no debe ir en desmedro de los plenos derechos de las y los trabajadores ni ubicarse en ningún caso por debajo del piso que establece la Ley de Contrato de Trabajo en Argentina. La modalidad de trabajo a tiempo parcial o con organización intermitente de jornadas no es nueva, e incluso el sector ligado al reparto tiene convenios colectivos de trabajo preexistentes que contemplan estas posibilidades. Aquí el peligro es que, dada la altísima versatilidad que otorgan los algoritmos a las empresas de plataformas, éstas rápidamente encuentren los intersticios para eludir las normas. Frente a ello [resulta cada vez más necesario el desarrollo de departamentos tecnológicos específicos en el Estado](#) que permitan identificar y controlar las intervenciones de las empresas. Asimismo, el mejor escenario posible es aquel en el que se establezcan [instancias de diálogo tripartito](#) para acordar y revisar los términos contractuales, y donde las organizaciones de trabajadoras/es tengan la posibilidad de ejercer el poder de policía que también les está reservado para el cumplimiento de lo acordado.

- La gran fragmentación de las organizaciones de trabajadores/as plantea un escenario difícil para enfrentar con mayor fortaleza el poder desbalanceado y global de las empresas de plataformas. Estas aprovechan la fragmentación y proliferación de pequeños colectivos organizativos, para argumentar que no mantienen instancias

de diálogo con las organizaciones de trabajadores/as porque las mismas no son representativas. Frente al poder económico, político, tecnológico de las plataformas se hace imperiosa la [búsqueda de instancias de articulación interorganizacional](#), así como el [compromiso y respaldo organizativo, económico y político de las centrales sindicales del país](#). Asimismo, la línea de [articulación desplegada a nivel internacional](#) y encarnada hoy en la "*Alianza Unidos World Action*", parece abrigar opciones auspiciosas para la resistencia global.

Bibliografía

- Antunes, R. y Filgueiras, V.** (2020) "Plataformas Digitais, Uberização do Trabalho e Regulação no Capitalismo Contemporâneo" en *Contracampo*, Niterói, v. 39, n. 1, 27-43. <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/38901>
- Arias, C., Diana Menéndez, N. y Haidar, J.** "¿Sindicalismo 4.0? La organización de trabajadores de plataformas en Argentina" en *Sociología del Trabajo*, 97, 59-69. <https://revistas.ucm.es/index.php/STRA/article/view/71907/4564456555653>
- CCT 329/2000** entre la Federación Argentina de Trabajadores Pasteleros, Confiteros, Heladeros, Pizzeros y Alfajoreros y la Cámara Argentina de Establecimientos de Servicios Rápidos de Expendio de Emparedados y Afines.
- CCT 722/15** entre la Asociación Sindical de Motociclistas, Mensajeros y Servicios y la Cámara de Empresas de Mensajería por Moto y Afines de la República Argentina.
- Contratos de Glovo, PedidosYa y Rappi** con locales gastronómicos (anonimizados).
- de Groen, W.; Kilhoffer, Z.; Westhoff, L.; Postica, D. and Shamsfakhr, F.** "Digital labour platforms in the EU Mapping and business models". CEPS for the European Commission, Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion (DG EMPL), may 2021. <https://www.ceps.eu/ceps-publications/digital-labour-platforms-in-the-eu/>
- Fernández Álvarez, M.I.; Natalucci, A.; Di Giovambattista, A.; Fernández Mouján, L.; Mate, E. y Sorroche, S.** (2021). "La economía popular en números. Bases metodológicas para una propuesta de medición". CABA: CITRA. <https://citra.org.ar/apuntes-n1/>
- Haidar, J., Diana Menéndez, N. y Arias, C.** (2020) "La organización vence al algoritmo (?) Plataformas de reparto y procesos de organización de los trabajadores de delivery en Argentina" en *Revista Pilquen*, Vol. 23, Num. 4, 15-28. <http://revele.uncoma.edu.ar/htdoc/revele/index.php/Sociales/article/view/2984/59838>
- Haidar, J. & Keune, M.** (2021) "Introduction. Work and Labour Relations in Global Platform Capitalism" en Haidar & Keune (eds.) *Work and Labour Relations in Global Platform Capitalism*, Cheltenham: Edward Elgar, ILERA Publication series.
- 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 (julio / agosto de 2020)". Informe de Coyuntura N° 11, IIGG, octubre 2020. <http://iigg.sociales.uba.ar/2020/10/01/la-configuracion-del-proceso-de-trabajo-en-las-plataformas-de-reparto-en-la-ciudad-de-buenos-aires-un-abordaje-multidimensional-y-multi-metodo/>
- Haidar, J. y Pla, J.** (2020) "ASPO y plataformas de reparto en la CABA. Sus impactos en las dinámicas de trabajo y los trabajadores" en *Trabajo y Sociedad*, N°36, Vol. XXII, Verano 2021, 81-100. <https://www.redalyc.org/journal/3873/387366077005/387366077005.pdf>

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. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---ilo-buenos_aires/documents/publication/wcms_759901.pdf

Madariaga, J., Buenadicha, C., Molina, E. y Ernst,

C. (2019) "Economía de plataformas y empleo ¿Cómo es trabajar para una app en Argentina?". Buenos Aires: CIPPEC-BID-OIT. <https://publications.iadb.org/es/economia-de-plataformas-y-empleo-como-es-trabajar-para-una-app-en-argentina>

Ministerio de Trabajo de la Nación (2021). "Proyecto de Régimen del Trabajo en Plataformas Digitales Bajo Demanda".

Ministerio de Trabajo de la Provincia de Buenos

Aires (2020) "Descripción de las condiciones laborales de las y los trabajadores de delivery a través de plataformas digitales".

Mugnolo, J., Caparrós, L. y Golcman, M. (2020) "Análisis jurídico sobre las relaciones de trabajo en los servicios de entrega de productos a domicilio a través de plataformas digitales en Argentina", OIT, Argentina. https://www.ilo.org/buenosaires/publicaciones/WCMS_761242/lang--es/index.htm

Sentencia del Tribunal de Trabajo nro. 4 de La Plata

sobre la causa N° 29059, caratulada "KADABRA SAS C/ MINISTERIO DE TRABAJO S/ APELACION DE RESOLUCION ADMINISTRATIVA", 9 de septiembre de 2021.

Sentencia del Tribunal de Trabajo nro. 1 de La Plata

sobre la causa N° 49008, caratulada "REPARTOS YA S.A. S/ APELACION DE RESOLUCION ADMINISTRATIVA", 24 de noviembre de 2021.



Las plataformas de
reparto en Argentina:
entre el cambio de
gobierno y la pandemia







El CITRA es producto de una invitación directa y frontal de varias decenas de organizaciones sindicales al sistema científico argentino a construir conocimiento en forma conjunta.

Esta invitación es también una interpelación epistemológica: ¿somos capaces de construir conocimiento poniendo en diálogo los saberes académicos y locales? ¿Nos animamos a pensar agendas de investigación basadas en las necesidades concretas de un sector sin perder rigor científico? ¿Es posible respetar la legitimidad de los distintos conocimientos sin perder identidad? ¿Nos atrevemos a confiar en la calidad de los aportes de quienes se han formado en ámbitos que nos resultan ajenos y distantes? Dentro de los caminos que estamos transitando para responder a este desafío compartido se encuentra el desarrollo de investigaciones surgidas de demandas sectoriales. Y al modo en que encaramos estas investigaciones le llamamos lúdicamente, el "Método CITRA".

Julieta Haidar (Coordinadora), www.citra.org.ar
Nicolás Diana Menéndez, citra@citra.org.ar
Gastón Bordarampé,
Milagros Ailén Pérez y
Cora Arias