



REVISTA LATINOAMERICANA DE SOCIOLOGÍA JURÍDICA

AÑO 6 | NÚMERO 9 | FEBRERO 2025

DELIVERIES. EXPRESIÓN DE UNA NUEVA ECONOMÍA.Rubén Martínez ¹

ORCID: 0000-0001-5313-7500

rmartinez@unr.edu.ar

Resumen

El presente artículo constituye una primera aproximación al estudio de los servicios de delivery como manifestación de las transformaciones sociales contemporáneas. Se evalúa cómo el auge de dichos servicios pre y post pandemia de COVID-19 (2020-2021) en Argentina, han redefinido las relaciones laborales tradicionales, generando nuevos actores sociales, como los trabajadores de plataformas digitales. La investigación resulta necesaria para comprender las reconfiguraciones económicas y laborales provocadas por la digitalización de los servicios en el contexto pos-pandémico (Torres y Gonçalves, 2022); por lo que se parte de un análisis multidimensional que incluye una revisión de la literatura cuantitativa y cualitativa sobre economía de plataformas. Se propone que este modelo de negocio representa una nueva forma de convergencia entre trabajadores y empresarios, sobre la base de la llamada plataforma digital (Srnicek, 2018). El artículo concluye que el advenimiento de los deliveries conlleva una reconfiguración más profunda del tejido social y económico en las sociedades contemporáneas y, en particular, en la sociedad argentina.

Palabras clave: delivery – capitalismo – plataformas – economía – sociedad.

ENTREGAS. EXPRESSÃO DE UMA NOVA ECONOMIA.

¹ Abogado. Profesor de la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional de Rosario (UNR). Coordinador de la sección “Sociología y antropología jurídicas” (SAJ) del Centro de estudios e investigaciones en Derechos Humanos “Prof. Dr. Juan Carlos Gardella”. Investigador participante del Consejo de Investigaciones de la UNR (CIUNR), períodos 2004-2008, 2009-2012 y 20013-2017, bajo la dirección de la profesora e investigadora del CIUNR., Mgtr. (Oñati) Graciela Beatriz Rodríguez. Bachiller universitario especializado en Antropología por la Facultad de Humanidades y Artes de la UNR. Miembro de la Asociación Argentina de Sociología Jurídica (SASJU).

Resumo

O presente artigo constitui uma primeira aproximação ao estudo dos serviços de delivery como manifestação das transformações sociais contemporâneas. Avalia-se como o auge de tais serviços pré e pós pandemia de COVID-19 (2020-2021) na Argentina, redefiniu as relações laborais tradicionais, gerando novos atores sociais, como os trabalhadores de plataformas digitais. A investigação resulta necessária para compreender as reconfigurações econômicas e laborais provocadas pela digitalização dos serviços no contexto pós-pandêmico (Torres y Gonçalves, 2022); pelo que se parte de uma análise multidimensional que inclui uma revisão da literatura quantitativa e qualitativa sobre economia de plataformas. Propõe-se que este modelo de negócio representa uma nova forma de convergência entre trabalhadores e empresários, sobre a base da chamada plataforma digital (Srnicek, 2018). O artigo conclui que o advento dos deliveries comporta uma reconfiguração mais profunda do tecido social e econômico nas sociedades contemporâneas e, em particular, na sociedade argentina.

Palavras-chave: delivery - capitalismo - plataformas - economia - sociedade.

DELIVERIES. EXPRESSION OF A NEW ECONOMY**Abstract**

This article constitutes a first approach to the study of delivery services as a manifestation of contemporary social transformations. It assesses how the rise of such services pre and post COVID-19 pandemic (2020-2021) in Argentina have redefined traditional labor relations, generating new social actors, such as digital platform workers. The research is necessary to understand the economic and labor reconfigurations caused by the digitalization of services in the post-pandemic context (Torres y Gonçalves, 2022); therefore, it is based on a multidimensional analysis that includes a review of quantitative and qualitative literature on platform economy. It is proposed that this business model represents a new form of convergence between workers and entrepreneurs, based on the so-called digital

platform (Srnicek, 2018). The article concludes that the advent of deliveries entails a deeper reconfiguration of the social and economic fabric in contemporary societies and, particularly, in Argentine society.

Keywords: delivery - capitalism - platforms - economy - society.

I. Introducción

Desde comienzos de la segunda década del siglo XXI, en Argentina surge una nueva figura social y laboral: el delivery o repartidor de bienes a domicilio. Figura que –junto al personal sanitario– cobró una importancia social fundamental durante los años de aislamiento preventivo y obligatorio con motivo de la pandemia del Covid-19, entre 2020 y 2021. El posterior aumento de servicios de cadetería (para aquellos que buscan trabajo) así como el uso masivo de smartphones (para los usuarios), consolidó algo más que una nueva forma de relación de consumo en nuestra vida cotidiana (Mico y Coll, 2020).

El presente artículo expone los resultados de una primera aproximación a esta temática, examinando diversos testimonios y reflexionando acerca del trasfondo que conllevan los servicios de delivery: el desarrollo de una nueva forma de economía, distinta a las tradicionales.

II. Historias de “deliveries”

- "La moto la compré en 2018 y hacía mensajería por mi cuenta, me estaba por ir de viaje, pero me accidenté. El año pasado estaba buscando trabajo y un amigo me comentó para inscribirme, reacondicioné la moto y empecé" ... "Cuando comenzó la cuarentena en marzo la demanda se disparó 3 o 4 veces de lo normal. Esa fue la parte positiva, hubo mucho trabajo" ... "con la pandemia la gente dio más propinas y eso es muy solidario en este momento". E.B., empleado de “Pedidos ya”. (Hojman, 2020)
- "Por un lado nos juntamos de todas las empresas en esos lugares por un tema de seguridad. Estando todos juntos en los tiempos muertos es más difícil que nos

roben. A muchos nos han robado celulares o la bicicleta, y si nos roban la bici nos cortan las piernas". Empleado anónimo de servicio "Rappi" (Tarrío, 2020)

- "Para mí, en este momento este trabajo significa una opción, una alternativa"... "Nosotros no tenemos seguridad en cuanto a salud, somos monotributistas. Si por causas de salud no podemos trabajar, no generamos ningún ingreso". D.A.M., empleado de "Rappi" (IP Noticias, 2022)

- "Las libertades que te da esto no te lo da otro trabajo. También tenés mucho peligro en la calle, el clima, los robos...pero bueno: así y todo, es mejor ésto". Empleado de Rappi" (Tiempo Es Oro, 2023)

Estos testimonios, tomados de diversos repartidores de la zona urbana capitalina-bonaerense de Argentina, exponen algunas miradas de los mismos sobre su trabajo. En su mayoría hombres, con edades que oscilan entre los 18 a los 50 años, con apenas educación primaria o secundaria completa, y propietarios de un móvil (específicamente motocicletas, aunque no las únicas). Por último, es de destacar que, si bien hoy en su mayoría son argentinos, existe un gran componente de extranjeros, en particular venezolanos, quienes fueron los primeros en recurrir a este tipo de trabajo.

Las características descriptas coinciden con las corroboradas por el único estudio sistemático sobre empleo y plataformas elaborado conjuntamente por el CIPPEC, el BID y la OIT, en 2019. En dicho trabajo se los considera como parte del proceso de cuentapropismo en Argentina y de las formas atípicas de trabajo, en el período 2006-2017, resumiendo la situación de los mismo a partir de diversas variables, de la que se destacan:

1) Intensidad laboral:

...se verifica que en los cuentapropistas existe una mayor incidencia tanto del subempleo (demandante y no demandante) como de la sobreocupación. Con respecto a los ingresos, los trabajadores por cuenta propia perciben en promedio menores ingresos que el resto de los ocupados, con excepción de los asalariados no registrados. En este sentido, un cuarto de los cuentapropistas se encuentra en el 40% de mayores ingresos, contra un 61% de los patrones y un 42% de los asalariados. **En síntesis, los trabajadores por cuenta propia son mayores, en su mayoría varones, poseen un**

nivel educativo inferior, una jornada de trabajo más heterogénea y menores ingresos que los asalariados.

2) Formas atípicas de empleo:

Con respecto a las formas atípicas de empleo, la información disponible sólo permite observar únicamente las formas de empleo temporal y a tiempo parcial. En 2017, casi un 30% de los ocupados se situaba bajo alguna forma atípica de trabajo estadísticamente observable. Dentro de los mismos, un 13% poseía un contrato temporal, un 74% trabajaba a tiempo parcial y un 13% compartía ambas categorías. Además, en este tipo de trabajos hay una mayor proporción de jóvenes y mujeres. En efecto, más de la mitad de los asalariados menores a 23 años tienen un trabajo atípico y un 60% de los asalariados atípicos son mujeres.

3) Nivel educativo:

Si bien el nivel educativo es similar entre los trabajadores típicos y atípicos, en torno al 40% de estos últimos son no calificados contra un 20% de los trabajadores típicos. Asimismo, la tasa de informalidad es superior entre aquellos asalariados que están bajo alguna forma atípica de trabajo. **En definitiva, los asalariados atípicos son más jóvenes, están menos calificados y obtienen menores ingresos que los asalariados típicos.** Además, en este segmento hay una mayor participación de las mujeres, así como también un mayor porcentaje de informalidad. (Madariaga et al, 2019: 69).

III. Del “otro lado” del mostrador

El incremento del servicio de deliveries es concomitante con la consolidación de grandes empresas encargadas del reparto a domicilio. Hoy, nombres como “Rappi”, “Glovo” o “Pedidos Ya” se han integrado al lenguaje cotidiano de los consumidores. Además, estas empresas se presentan como una de las principales alternativas laborales para muchas personas, especialmente en contextos de recesión e inflación, como los que enfrentan Argentina y otros países de América Latina.

Y dichas empresas son muy conscientes de ello. En una entrevista en 2018, Juan Sebastian Ruales, director comercial de “Rappi” expresaba al respecto que, a partir de una

comprensión profunda de la realidad latinoamericana, encontraron la forma de crear una plataforma que conectara a dos grandes grupos poblacionales: “un grupo que tiene ciertos ingresos, pero lastimosamente no tiene tanto tiempo; y un grupo poblacional también bastante importante, que tiene un poquito de tiempo disponible mayor que este primer grupo, pero que lastimosamente no tiene suficientes ingresos para las cosas básicas de su día a día”. (Revista Anfibia, 2019, 2m47s)

La visión de estas empresas evidencia un entendimiento profundo de las dinámicas socioeconómicas y laborales de la región, donde la innovación tecnológica actúa como un puente entre necesidades complementarias de consumidores y personas en búsqueda activa de empleo. En este contexto, estas empresas se enfrentan a nuevos desafíos: desde la búsqueda de personal especializado en nuevas áreas de la organización (programación, tecnomarketing etc.), hasta la flexibilización y adaptabilidad de las mismas a los diversos mercados locales, en medio de una fuerte competencia entre ellas (Scolari, 2022).

Para Esteban Gutiérrez, CEO de “PedidosYa” (con más de 2.200 empleados, quienes atienden operaciones locales y brindan soporte a otros 15 países) afirma que retener talento presenta desafíos para la empresa ya que, aunque el factor económico resulta relevante, este se considera un estándar dentro del mercado. En su opinión, la clave radica en construir una cultura organizacional que priorice la felicidad de los empleados, fomentando un ambiente colaborativo y evitando agendas individuales.

Pero esto no se logra sin dificultad. Respecto a los repartidores que utilizan múltiples plataformas, Gutiérrez menciona que en Argentina hay más de 35.000 y, aunque no se puede medir con precisión si trabajan con otras aplicaciones, existen indicios de que es así. Señala que estos valoran principalmente los ingresos y la flexibilidad laboral. Por ello, “PedidosYa” busca maximizar las ganancias de los repartidores optimizando la cantidad de pedidos que pueden realizar en distancias más cortas. Para lograrlo, la estrategia de la empresa incluye ofrecer una mayor variedad de opciones al usuario mediante la incorporación de más restaurantes y comercios, diferenciándose así de la competencia (Radici, 2023)²

² Cabe aclarar que parte de los actuales empleados de “Pedidos Ya”, son incorporaciones de la empresa “Glovo” que cerró sus operaciones en Argentina y el resto de Latinoamérica en 2020, para concentrarse en mercados de Europa (donde nació) y África. Cabe destacar que ambas empresas son parte del grupo internacional “Delivery Hero”.

IV. Detrás de deliveries y empresarios: la plataforma.

Los actuales deliveries, y los actuales “empresarios” de servicios de entrega a domicilio, en tanto nuevos actores sociales, no podrían haberse constituido como tales sin una base tecnológica fundamental: la plataforma digital.

En efecto: Si bien el trabajo de entregar un bien desde un lugar lejano a otro es tan antiguo como el mundo (desde los embarques hasta la entrega de cartas postales), sin dudas hay una diferencia fundamental con respecto al pasado, y está íntimamente vinculados a los cambios socio-culturales que trajo aparejada el avance de las Tics.

Como dice Nick Srnicek (2018), el actual capitalismo está sufriendo una profunda transformación a partir de la crisis económica mundial de los 70s, donde el conocido modelo industrial Taylorista-Fordista va dejando paso a un modelo Toyotista de producción pero que, con los avances de las Tics, han provocado desde la crisis del 2008 en Estados Unidos, una transformación que afecta no solo las ideas tradicionales de producción, circulación y consumo, sino también a la propia concepción tradicional de “trabajo”.

Para muchos autores, este tipo de economía de plataforma, suelen denominarla “economía colaborativa”. A pesar de su uso indiscriminado para hacer referencia a diversas actividades, Espinosa Fernández (2018) encuentra los puntos en común y resume el concepto de la siguiente manera:

La Economía Colaborativa integra un modelo económico llevado a cabo entre individuos (Peer to Peer). Este modelo económico consiste en el intercambio de bienes y servicios a través de una plataforma online, que da acceso a ellos a gran escala, y a un gran nivel de eficiencia. Frecuentemente, facilita el acceso a servicios a la población sin que tengan la obligación de poseer activos, y, además, crea oportunidades para personas que tienen capacidad excesiva en los activos que poseen. Por tanto, implica una utilización más eficiente de activos físicos (vehículos, habitaciones, herramientas...) o intangibles (tiempo, experiencia...) por parte de la sociedad (van Welsum, 2016). (Espinosa Fernández, 2018: 8)

Y, en cuanto a los fundamentos de esta economía colaborativa, dicha autora destaca que la sociedad contemporánea es más consciente de las consecuencias ambientales negativas derivadas de la producción industrial masiva. Este cambio de perspectiva ha llevado a que muchas personas opten por las plataformas de economía colaborativa, considerando que estas pueden reducir los niveles de contaminación debido a una disminución en la fabricación de nuevos bienes. Desde su origen, la economía colaborativa se enmarcó dentro de un movimiento ecológico que subraya su capacidad para limitar la producción industrial y, con ello, la contaminación. Sin embargo, aún persisten debates respecto a su impacto ambiental general, ya que, aunque disminuye la necesidad de producir nuevos bienes mediante mercados de segunda mano, el uso intensivo de ciertos activos, como los automóviles empleados por servicios como Uber o Cabify, podría incrementar su huella ecológica.

Ahora bien: este concepto, aunque resulte interesante en materia ecológica, y sea sostenida por algunas empresas privadas y públicas³, lo cierto es que no termina de dar cuenta de los profundos cambios que se están dando en la producción y circulación del capital, así como la naturaleza de las relaciones laborales subyacentes en ella. En este sentido, resulta más operativo el concepto de “capitalismo de plataforma” de Srnicek.

¿Qué son las plataformas? En el nivel más general, las plataformas son infraestructuras digitales que permiten que dos o más grupos interactúen. De esta manera se posicionan como intermediarias que reúnen a diferentes usuarios: clientes anunciantes, proveedores de servicios, productores, distribuidores e incluso objetos físicos. Casi siempre, estas plataformas también vienen con una serie de herramientas que permiten a los usuarios construir sus propios productos, servicios y espacios transaccionales. (Srnicek, 2018: 45)

En este marco, la materia prima con la que se alimenta este tipo de economías no se vinculan a objetos físicos, sino con un elemento inmaterial: el dato, el cual, comenzado como un aspecto secundario de los negocios en el siglo XX, se transformaría en un recurso central, la materia prima de que impulsaría un gran cambio en el capitalismo. (Srnicek, 2018: 43)

³ Una empresa multi-energética como Repsol YPF, adhiere y difunde este tipo de concepto de “economía colaborativa”. <https://www.repsol.com/es/energia-futuro/futuro-planeta/economia-colaborativa/index.cshmtl>

Otras características de este tipo de economía son las siguientes:

1. producen y dependen de “efectos de red”: mientras más numerosos sean los usuarios que hacen uso de una plataforma, más valiosa se vuelve esa plataforma para los demás (ejemplo típico: la red social Facebook)
2. suelen utilizar subvenciones cruzadas: una rama de la compañía reduce el precio de un servicio o de un producto (incluso lo proporciona gratis), pero otra rama sube los precios para cubrir estas pérdidas. La estructura de precios de la plataforma es de la mayor importancia para definir cuántos usuarios se involucran y cuán seguido usan la plataforma. (ejemplo típico: Google)
3. son diseñadas de manera tal que sean atractivas para sus distintos tipos de usuarios. Aunque suelen presentarse como espacios vacíos para que otros interactúen, de hecho, encarnan una política. Las reglas para el desarrollo de productos y servicios, al igual que las interacciones en el espacio de negocios, son establecidas por el dueño de la plataforma (ejemplo típico: Uber).

A partir de esta caracterización, puede decirse que las plataformas constituyen modelos de negocios clave para extraer y controlar datos. Al proporcionar a otros un espacio digital en el que puede interactuar, las plataformas se colocan a sí mismas en una posición en la que pueden extraer datos de procesos naturales (condiciones meteorológicas, ciclos de cultivo, etc.), de procesos de producción (líneas de ensamble, manufactura de flujo continuo, etc.) y de otros negocios y usuarios (rastreo web, usos de datos, etc.). Son un aparato extractor de datos. (Srnicek, 2018: 49-50).

Finalmente, Srnicek distingue cinco tipos de plataformas:

- 1) **Plataformas publicitarias** (como Google o Facebook): extraen información de los usuarios, llevan a cabo un trabajo de análisis y luego usan los productos de ese proceso para vender espacio publicitario.
- 2) **Plataformas de la nube** (como Amazon Web Services - aws- o Salesforce): son propietarias del hardware y del software de negocios que dependen de lo digital y que los rentan de acuerdo a las necesidades del cliente.

- 3) **Plataformas industriales** (como GE o Siemens): producen el hardware y el software que se necesita para transformar la manufactura tradicional en procesos conectados por Internet, que bajan los costos de producción y transforman bienes en servicios.
- 4) **Plataformas de productos** (como Rolls Royce o Spotify): generan ganancias mediante el uso de otras plataformas para transformar un bien tradicional en un servicio y cobrar por ellos un alquiler o una tasa de suscripción.
- 5) **Plataformas austeras** (como Uber o Airbnb): intentan reducir a un mínimo los activos de los que son propietarias y obtener ganancias mediante la mayor reducción de costos posible. (Srnicsek, 2018: 50).

V. La situación de los deliveries en Argentina

Desde la década del 2010 en adelante, el mercado de apps de deliveries en Argentina no ha parado de crecer: primero en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Capital del estado argentino), luego extendiéndose al resto de los grandes centros urbanos del país (Rosario, Córdoba etc.) Inicialmente impulsado por el avance tecnológico que supone el uso masivo de dispositivos como el Smartphone en los usuarios, este mercado se consolidó durante el aislamiento social preventivo y obligatorio provocado por la pandemia del Covid 19 (años 2020/2021). Los datos del primer semestre del 2024 relevados por la Cámara argentina de Comercio electrónico (CACE) confirman que el envío a domicilio continúa manteniendo su liderazgo: el 70% de la distribución de los productos se realiza de esta forma, siguiéndole el retiro en punto de venta con un 24%, y el retiro en sucursal de operador logístico con el 6%.⁴

Pero, además de su importancia comercial, estas empresas representan una gran alternativa laboral para grandes sectores de clase media-baja que no conseguían trabajo o en sí mismo no les era suficiente para vivir. Dichas empresas, en su mayoría de capital extranjero, enfocan su relación con los trabajadores, por medio de los siguientes parámetros:

⁴ Estudio de Medio Término 2024, Cámara argentina de comercio electrónico (CACE) <https://cace.org.ar/estadisticas/>

1. Flexibilidad laboral: ofrecen a los repartidores la posibilidad de trabajar en horarios flexibles, adaptándose a las necesidades individuales. Esta característica es valorada como un beneficio clave por parte de los eventuales trabajadores.

2. Incentivo económico como eje central: Aunque puede variar según la plataforma, el ingreso económico, incluyendo pagos por pedido y propinas, constituye un elemento fundamental en la relación con los repartidores. Sin embargo, las diferencias en tarifas y bonos pueden influir en la preferencia de los trabajadores hacia una plataforma específica.

3. Acceso a una amplia red de usuarios y comercios: La estrategia de maximizar la cantidad de pedidos mediante acuerdos con diversos comercios es común en estas empresas, con el objetivo de optimizar las oportunidades de ingresos para los repartidores.

Ahora bien: Rizzo señala en su informe periodístico que estas empresas comparten características en sus formas de inserción en el mercado, en el origen externo de sus capitales, en sus modalidades de organizar y el trabajo, pero también en las formas de explotación y precarización de los trabajadores, tal como lo indica el mencionado informe CIPPEC/OIT de 2019. José Tribuzio, abogado de la Asociación Personal de Plataformas (APP) en entrevista con Rizzo sostiene que "Con esta estrategia de que no hay empleador ni empleados, se implantaron en el mundo al margen de toda legalidad no solo laboral, sino fiscal y tributaria". (Risso, 2020)

Aunque no existen datos estadísticos oficiales, la falta de seguridad y los accidentes de tránsito han sido los principales riesgos laborales invocados por los propios trabajadores al ser consultados, además de otras quejas laborales como, por ejemplo, las mínimas ganancias que obtienen por largas horas de trabajo (Neffa et al, 2020). Ninguno de estos reclamos tiene eco en las empresas, las cuales los han contratado como cuentapropistas, en especial bajo la figura jurídica del "monotributo", una suerte de trabajador autónomo. Y es aquí donde se encuentra la transformación más novedosa en materia laboral, ya que dichos trabajadores no encuadran en las formas típicas de trabajo contempladas por el derecho laboral argentino.

En efecto: en Argentina la ley 20.744 de contrato laboral regula todo lo relativo a la validez, derechos y obligaciones laborales, entendiendo a la “relación laboral” como aquella donde existe una triple subordinación de una parte en relación a la otra: subordinación técnica, subordinación jurídica y subordinación económica. Ninguna de estas características se presenta en las contrataciones entre las empresas y los deliveries, que se configuran más a un acuerdo libre de voluntades, cercano a las figuras legales civiles (obligaciones de hacer).

Esta “laguna legal” originada por el avance de estas empresas tecnológicas ha generado un gran debate jurídico entre laboristas y no laboristas que ha llegado a los tribunales laborales. Uno de los primeros fallos se produjo en 2021 en el Tribunal de Trabajo Nro. 1 de la ciudad de La Plata (capital de la provincia de Buenos Aires) en los autos "Repartos Ya S.A. s/ apelación de resolución administrativa" donde se declaró la existencia de una típica relación laboral teniendo en consideración, entre otros fundamentos, que la relación se encuadraba en el art. 21 de la ley de contrato de trabajo, que la prestación de servicios resultaba contundentemente probada en el caso y que, además, ha sido expresamente reconocida por la empresa -tanto en su descargo cuanto en el recurso de apelación- ya que, ante el encuadramiento que formuló el Ministerio de trabajo provincial respecto de los repartidores como posibles trabajadores dependientes, la empresa no produjo la prueba en contrario suficiente en sede administrativa.⁵ Este caso, como otros tantos presentados ante los fueros laborales provinciales y nacionales suelen ser resueltos en la misma dirección jurídica. Pero la Doctrina sigue sin ponerse de acuerdo.

Finalmente cabe mencionar que, aunque no existe a nivel nacional un marco regulatorio sobre el trabajo de deliveries, en los últimos años se han sancionado legislaciones locales regulando la actividad, destacándose la ley 6314 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) de julio del 2020 que, modificando su código de tránsito y transporte, entre otros ítems crea el Registro Único de Transporte de Mensajería Urbana y Reparto a Domicilio de Sustancias Alimenticias (RUTRAMUR). Además, incorpora requisitos como estar inscriptos en la AFIP (hoy ARCA, entidad recaudadora de tributos). Por otro lado, exige a los repartidores contar con una habilitación y hacer cursos de capacitación relacionados con

⁵ Tribunal de trabajo N° 1 de la Plata, fallo “Repartos Ya S.A. s/ apelación de resolución administrativa” https://agenciadelplata.info/wp-content/uploads/2021/11/Sentencia_primera_instancia_REPARTOSYA_261122021.pdf

seguridad vial⁶. Por su parte, la provincia de Chaco modificó la ley provincial 2608, incorporando la figura de la “Agencia de Mandados”, a la que define como “toda persona humana o jurídica, que organizada en forma de empresa, se dedique a prestar y explotar el servicio de mandados en general por intermedio de motomandados y cadetería, teniendo la misma un carácter de prestación comercial.” Como se ve, la tendencia legislativa a crear tipos especiales (repartidor habilitado por el estado, agentes de mandados) es contraria a la es contraria a la de la jurisprudencia laboral.

VI. Consideraciones finales.

Las empresas de deliveries representan una nueva forma de negocios, basado en los avances tecnológicos, que han transformado la dinámica de las relaciones consumidores y prestadores de servicios en base a la mediación de la plataforma digital. Puede afirmarse que las mismas encuadran en las que Srnicek denomina “plataformas austeras”, en base a sus características:

- Representan uno de los **modelos básicos de plataformas**, que solo une la oferta y la demanda, antes que generar un nuevo negocio de ganancias (son similares al estilo de las “puntocom” de los 90s),
- Se trata de empresas que no disponen de grandes activos para impulsar nuevos negocios, aunque sí son propietarias de dos elementos fundamentales: el **software de la plataforma** y el **análisis de datos**.
- Constituyen un modelo **hiper-tercerizado**, en el cual los trabajadores, el capital fijo, los costos de mantenimiento y la capacitación se deslocalizan. Lo único que tienen es el mínimo extractivo básico (es decir: el control de la plataforma que permite ganar una renta monopólica),
- Y, por último, en materia laboral, abunda la **subcontratación**. Sus trabajadores no se presentan legalmente como “empleados” sino como “freelancers” o “contratistas independientes”.

⁶ Ley N° 6314 CABA <https://boletinoficial.buenosaires.gob.ar/normativaba/norma/524322>
No obstante, la Asociación de Personal de Plataformas (APP) cuestionaron esta regulación argumentando que crea "la figura del repartidor habilitado" y "dispone más de 15 sanciones en los códigos de transporte, de faltas y contravencional especialmente pensadas para perseguir a los repartidores que no cuentan con la habilitación".

Este modelo de plataforma se adecua perfectamente en diversos países de Latinoamérica, como en Argentina: por el lado de las empresas, la inversión para desarrollar estas plataformas es mínima, tan mínima como las pequeñas, pero seguras y constantes ganancias. Por el lado de los trabajadores, se le da una rápida salida laboral a un alto sector de la población desocupada y no cualificada.

En este último punto, ha de destacarse que la mayoría de estos trabajadores siguen auto-percibiéndose como trabajadores “independientes”, “sin patrones ni horarios”, y que ganan más “sin sindicalizarse”, a pesar de los reconocimientos a sus derechos en los últimos años como, por ejemplo, el seguro gratuito para empleados de mensajería en 2023.⁷

Este pensamiento se manifiesta en uno de los grandes sectores etarios de estos trabajadores: los jóvenes de sectores humildes que comienzan su vida laboral, en la mayoría de los casos sin educación primaria completa. Entrevistado por Jon Lee Anderson, el politólogo Rodrigo Zarazaga, describiendo su trabajo en una de las villas más duras de la Capital Federal, señala que allí está creciendo una nueva subclase juvenil: individualista, emprendedora y desconectada de la economía formal y de los sindicatos. Los trabajos disponibles para los jóvenes son repartir comida o vender drogas, o, con el mayor acceso a internet, apostar en línea, “Teníamos una sociedad que hablaba todo el tiempo de derechos, y ellos no tenían ningún derecho” (Anderson 2024). Una, o más generaciones, que crecen y sobreviven al margen de los mismos.

En conclusión, el surgimiento de las apps de delivery no solo representan un cambio impulsado por el avance tecnológico en los mercados tradicionales, es mucho más que ello: es la manifestación de una nueva forma de capitalismo: el capitalismo de plataforma, que alteran las conocidas relaciones entre producción, circulación y consumo de productos (relaciones dinámicas entre productores y consumidores mediadas por la plataforma digital (extractora de datos), pero también una profunda transformación de la relación entre capital y trabajo, donde una multitud de personas excluidas del trabajo formal encuentran su lugar siendo “socios” de una empresa que les da flexibilidad en su accionar, algo muy valorado, sobre todo por los nuevos deliveries, que nunca se han percibido como trabajadores en relación de dependencia.

⁷ El Litoral https://www.ellitoral.com/nacionales/delivery-cadete-repartidor-seguro-robos-proteccion-plan-nacion-afip-banco_0_8vEtLsIs9f.html

Frente al avance tecnológico de las TIC, frente a las cíclicas crisis económicas, frente a la inacción e indiferencia de los poderes institucionales tradicionales, frente a los cambios de hábitos de consumo social, frente a índices de pobreza e indigencia que superan el 52%⁸, la consolidación del capitalismo de plataforma era cuestión de tiempo. Y hoy, guste o no, ya es parte de nuestra vida cotidiana.

Referencias bibliográficas

- Espinosa Fernández, María Teresa. (2018) *La economía colaborativa. Orígenes, evolución y retos futuros*. Madrid. Facultad de Cs económicas y empresariales-UPC.
- Madariaga, Javier, Buenadicha, Cesar, Molina, Erica y Ernst, Christoph. (2019). *Economía de plataformas y empleo ¿Cómo es trabajar para una app en Argentina?*. Buenos Aires. Edición CIPPEC-BID - OIT.
- Mico, Josep Lluís y Coll, Patricia (2020) *Hiperaceleración. La revolución digital en la época del coronavirus*. Barcelona. Ed. Diéresis.
- Neffa, Julio Cesar (2020) La economía de plataforma. En Neffa, Julio Cesar et al. *Pandemia y riesgos psicosociales en el trabajo. Una mirada interdisciplinaria y la experiencia sindical*. Rosario. Ed. Homo sapiens.
- Scolari, Carlos (2022) *La guerra de las plataformas*. Barcelona. Ed. Anagrama.
- Srnicek, Nick. (2018) *Capitalismo de plataforma*. CABA. Caja Negra Editora.
- Torres, Esteban y Gonçalves Guilherme Leite (eds.) (2022) *Hacia una nueva sociología del capitalismo*. Buenos Aires. CLACSO.

Artículos periodísticos

- Anderson, Jon Lee (02 de diciembre de 2024). *Javier Milei wages war on Argentina's government*. New Yorker, Estados Unidos. Recuperado el 08/12/2024 de: <https://www.newyorker.com/magazine/2024/12/09/javier-milei-wages-war-on-argentinass-government>

⁸ INDEC (2024), Informes técnicos / Vol. 8, n° 220 https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eph_pobreza_09_241C2355AD3A.pdf

CACE (agosto 2024). *Estudio de Medio Término 2024*. CACE. Buenos Aires. Recuperado el 08/12/2024 de: <https://cace.org.ar/estadisticas/>

Diario El Litoral (07 de noviembre de 2023). *Entra en vigencia el seguro gratuito para trabajadores de delivery*. Diario El Litoral, Santa Fe. Recuperado el 08/12/2024 de: https://www.ellitoral.com/nacionales/delivery-cadete-repartidor-seguro-robos-proteccion-plan-nacion-afip-banco_0_8vEtLsIs9f.html

INDEC (2024). *Informes técnicos / Vol. 8, n° 220*. Argentina. Recuperado el 08/12/2024 de: https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eph_pobreza_09_241C2355AD3A.pdf

Radici, Florencia. (12 de enero de 2023). *Esteban Gutiérrez, CEO de PedidosYa: "En contextos desafiantes se puede hacer la diferencia"*. Forbes Argentina. Recuperado el 08/12/2024 de:

<https://www.forbesargentina.com/negocios/esteban-gutierrez-ceo-pedidosya-en-contextos-desafiantes-puede-hacer-diferencia-n27944>

Risso, Natalia. (28 de julio de 2020). *El método Glovo, Rappi y PedidosYA*. Página12. Recuperado el 08/12/2024 de: <https://www.pagina12.com.ar/281256-el-metodo-glovo-rappi-y-pedidos-ya>

Videos:

@tiempoesoro, 28-11-2023 *Repartidores #trabajo #rappi #pedidosya #independiente #fyp #foryou*. Recuperado el 08/12/2024 de: <https://www.tiktok.com/@tiempoesoro/video/7306608226437565702>

Hojman, I.F. (04 de julio de 2020) *El delivery en tiempos de coronavirus: "Con la pandemia la gente dio más propinas"*. Télam. Recuperado el 08/12/2024 de: <https://web.archive.org/web/20200808165738/https://www.telam.com.ar/notas/202007/485361-delivery-en-tiempos-de-coronavirus-testimonio-esteban-buitagro.html>

IP Noticias (03 de mayo de 2022) *Trabajar en Argentina: testimonios del día a día*. IP Noticias. Recuperado el 08/12/2024 de: <https://ipnoticias.ar/economia/16612-trabajar-en-argentina-testimonios-del-dia-dia>

Revista Anfibia (17 de marzo de 2019) *Plataformas 1: Un click y no trabajás más*. Youtube. Recuperado el 08/12/2024 de: https://www.youtube.com/watch?v=EmB5_6ien0w

Tarrio, M. (06 de mayo de 2020) *"Modo delivery": historias, miedos y anécdotas de un servicio esencial de la pandemia. Perfil*. Recuperado el 08/12/2024 de: <https://www.perfil.com/noticias/coronavirus/coronavirus-como-es-dia-de-trabajo-empleados-delivery-glovo-rappi-pedidos-ya-durante-pandemia-covid19.phtml>

Leyes

Código Civil y Comercial [CCC]. Ley N° 26.994 del 07 de octubre de 2014 (Argentina).

Ley N° 20.744 Ley de Contrato de Trabajo [LCT]. 20 de septiembre de 1974. B.O. N° 23.003.

Ley N° 6.314 Modificación del Código de tránsito y transporte de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. 07 de agosto de 2020. B.O. N° 5930.

Ley N° 3.296 Regulación de la actividad de cadetería, mensajería, motomandados, delivery y afines. Modificación de la ley 2608 de la provincia de Chaco. 23 de diciembre de 2020. B.O. N° 10630.

Jurisprudencia

Tribunal de Trabajo N° 1 – La Plata (2021) "Repartos Ya S.A. s/Apelación de Resolución Administrativa - Causa N° 49008" - 24 de noviembre de 2021.