



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE QUERÉTARO**

**FACULTAD DE PSICOLOGIA**

**ÁREA DEL TRABAJO**



**TRABAJO E IDENTIDAD EN LOS REPARTIDORES DE RAPPY Y UBER**

**EATS**

**TESIS**

Que como parte de los requisitos para obtener el grado de  
Licenciatura en Psicología del Trabajo

**Presentan:**

Carrera Gómez Samantha Tabatha

Hernández Salinas César

**Dirigida por:**

Dr. Juan Manuel Godínez Flores

Santiago de Querétaro, Qro., abril del 2021



Universidad Autónoma de Querétaro  
Facultad de Psicología  
Licenciatura en Psicología del Trabajo

**TRABAJO E IDENTIDAD EN LOS REPARTIDORES DE RAPPI Y  
UBER EATS**

**TESIS**

Que como parte de los requisitos para obtener el grado de  
Licenciatura en Psicología del Trabajo

**Presentan:**

Carrera Gómez Samantha Tabatha  
Hernández Salinas César

**Dirigida por:**

Dr. Juan Manuel Godínez Flores

**SINODALES**

Dr. Juan Manuel Godínez Flores  
Presidente

  
Firma

Dr. Rolando Javier Salinas García  
Sinodal

  
Firma

Dra. Candi Uribe Pineda  
Sinodal

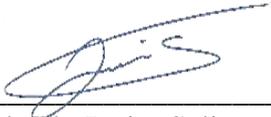
  
Firma

Mtro. Eduardo Luna Ruiz  
Sinodal

  
Firma

Mtra. Ana Lorena Dávila Fuentes  
Sinodal

  
Firma

  
Dr. Rolando Javier Salinas García  
Director de la Facultad

Centro Universitario  
Querétaro, Qro.  
Abril 2021  
México

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo identificar las características del proceso de trabajo de los repartidores de las aplicaciones de Rappi y Uber Eats. También, identificar cómo se forman las relaciones interpersonales entre los repartidores y analizar los elementos que intervienen en la construcción de su identidad. La recopilación de información se realizó mediante: i) un cuestionario que se aplicó de manera no presencial, mediante Google Forms, debido a las condiciones derivadas de la contingencia sanitaria por Covid-19; ii) una entrevista profunda, posterior al primer análisis de resultados, donde se seleccionaron a informantes clave para entrevistar, la cual fue semipresencial. La muestra estuvo conformada por 19 repartidores, mayormente hombres, que trabajaban en una o ambas de las aplicaciones mencionadas. Los resultados analizan la percepción del repartidor con respecto a su trabajo, los elementos que se presentan como base de la construcción de su identificación con su actividad laboral y sus compañeros, y cómo perciben el trato que la sociedad les ofrece como repartidores.

**(Palabras clave:** identidad, proceso de trabajo, relaciones interpersonales)

## **ABSTRACT**

The objective of this research was to identify the characteristics of the work process of Rappi and Uber Eats delivery drivers. Also, to identify how interpersonal relationships are formed among delivery drivers and to analyze the elements involved in the construction of their identity. The collection of information was carried out through: i) a questionnaire that was applied in a non-face-to-face manner using Google Forms due to the conditions derived from the health contingency caused by Covid-19; ii) an in-depth interview, after the first analysis of results, where key informants were selected to be interviewed, which was semi-face-to-face, depending on the personal situation of the collaborator. The sample consisted of 19 delivery drivers, mostly men, who worked in one or both of the applications mentioned above. The most interesting results were the perception of the delivery person with respect to their work, the elements that are presented as the basis of the construction of their identification with their work activity and their colleagues, and how they perceive the treatment that society offers them as delivery drivers.

**(Key words:** identity, work process, interpersonal relationships).

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecemos al Dr. Juan Manuel Godínez Flores, por la paciencia y por la dirección de este trabajo. Así como, por sus comentarios y asesorías en todo el proceso de elaboración del proyecto.

Carrera Gómez Samantha Tabatha: Quiero agradecer a mi familia, especialmente a mis queridos padres Francisca Gómez Olguín y Oscar Carrera Calva, quienes siempre me han apoyado para cumplir mis metas. También, agradezco a mis amigos que me alentaron durante este proceso.

Hernández Salinas César: Quiero agradecer a toda mi familia quienes me han apoyado durante este largo camino, especialmente a mis queridos padres Miriam Lizbeth Salinas García y César Hernández Cruz, quienes me impulsaron para cumplir con este gran objetivo. Les doy las gracias por el esfuerzo que han hecho para que continuara con mis estudios y también por la paciencia que me han tenido durante todo este proceso.

## FICHA METODOLÓGICA

<b>Disciplina de estudio</b>	<b>Ciencias Sociales</b>
<b>Área de conocimiento</b>	Psicología
<b>Especialidad</b>	Psicología del Trabajo.
<b>Objeto de estudio</b>	Repartidores de Rappi y Uber Eats.
<b>Problema abordado</b>	<p>Derivado del auge que las aplicaciones de delivery han ido ganando en la actualidad, el trabajo como repartidor de alguna de estas plataformas digitales es cada vez más popular, reflejándose en el incremento de repartidores activos de apps como Rappi y Uber Eats, las más utilizadas en México. Es por ello que, principalmente, la población joven busca formar parte de alguna de las plataformas e iniciarse, en lo que parece, una excelente opción para generar ingresos extras, fácil y rápido. Sin embargo, detrás de este trabajo que se pinta tan atractivo, vendiendo la idea al repartidor de ser dueño de su tiempo y convirtiéndolo así en su propio jefe, se esconde un esquema de economía de servicios bajo demanda que no hace otra cosa que obtener beneficios económicos de la oferta de servicios antes privados. En este esquema, el repartidor trabaja con la tónica de que entre más horas trabaje mayor será la ganancia, imponiéndose una auto explotación. Aunado a ello, las condiciones laborales bajo las que realizan el ejercicio de sus actividades, son precarias y deficientes, al estar carentes de beneficios y prestaciones laborales que cualquier otro trabajo formal ofrecería, debido a la ausencia de un contrato que pacte la relación laboral entre ambas partes, permitiéndole a la empresa deslindarse de responsabilidades y obligaciones de toda clase con ellos. Esta situación, causa que los repartidores sufran de inestabilidad e inseguridad laboral, pero, a pesar de ello, el número de repartidores sigue aumentando día con día, y con la actual contingencia sanitaria por Covid-19, más y más personas se han visto en la necesidad de optar por esta opción sin importar la falta de beneficios y prestaciones de ley.</p>
<b>Finalidad</b>	Identificar las características propias del trabajo como repartidor de plataforma de delivery, el proceso de trabajo y las condiciones bajo las que es realizado. Así como, analizar los elementos que intervienen en la construcción de la identidad entre los repartidores, y como ello se ve involucrado en la formación de relaciones interpersonales e identificación con el colectivo.
<b>Tipo de investigación</b>	Cualitativa.
<b>Método aplicado</b>	Enfoque fenomenológico.
<b>Técnicas aplicadas</b>	Entrevista estructurada no presencial y entrevista profunda semiestructurada.
<b>Aportación</b>	En el país, existen pocas investigaciones enfocadas en este objeto de estudio, a pesar de ser una población trabajadora que evidencia inquietantes situaciones de sumo interés en el campo laboral y social. Por ello, los resultados aquí presentados sientan bases para

investigaciones futuras relacionadas a la población o a las variables de estudio.

De igual manera, presenta las razones para prestar atención a estos fenómenos laborales que normalizan en el trabajador, la idea de que debe conformarse con las pocas condiciones y beneficios ofrecidos por el trabajo que desempeña, dejándolo sin recursos para exigir más.

Dirección General de Bibliotecas de la UAQ

## ÍNDICE

RESUMEN.....	ii
ABSTRACT.....	iii
AGRADECIMIENTOS .....	iv
FICHA METODOLÓGICA.....	v
ÍNDICE DE FIGURAS .....	ix
INTRODUCCIÓN .....	1
Planteamiento del problema .....	3
Justificación .....	6
Preguntas de investigación .....	8
Objetivos de investigación .....	8
CAPÍTULO 1. INDUSTRIA DELIVERY: ANTECEDENTES Y DESCRIPCIÓN.....	9
1.1 La industria delivery en América Latina .....	9
1.2 La industria delivery en México .....	11
1.3 Características de la plataforma de delivery Uber Eats .....	15
1.3.1 Socio repartidor .....	15
1.4 Características de la plataforma de delivery Rappi.....	16
1.4.1 Rappitendero .....	16
CAPÍTULO 2. PERSPECTIVA TEÓRICA .....	18
2.1 Economía de servicios bajo demanda.....	18
2.2 Trabajo y empleo.....	20
2.3 Proceso de trabajo y flexibilidad laboral.....	20
2.4 Avances en la definición del concepto de trabajo .....	22
2.5 Trabajo no clásico.....	24
2.5.1 Características .....	24
2.5.2 Tipos.....	26
2.6 Construcción de la identidad en la actividad de delivery.....	27
2.6.1 Identidad individual y colectiva .....	28
2.6.2 Identidad y trabajo.....	29
2.6.3 Identidad laboral.....	31
CAPÍTULO 3. PROCESO METODOLÓGICO .....	32
3.1 Diseño de la investigación.....	32
3.2 Técnicas e instrumentos.....	33
3.3 Procedimiento.....	35
3.4 Conceptualización de variables.....	37
3.5 Limitación .....	37

3.6 Alcance .....	38
CAPÍTULO 4. CARACTERIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO .....	39
4.1 Sobre el trabajo .....	42
4.2 Sobre el proceso del servicio.....	44
4.3 Sobre la empresa.....	46
4.4 Sobre las relaciones entre repartidores.....	48
4.5 Sobre la seguridad en el trabajo .....	49
4.6 Sobre la experiencia personal .....	50
CAPÍTULO 5. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	52
5.1 Sobre el trabajo.....	53
5.2 Sobre las relaciones entre repartidores.....	54
5.3 Sobre la percepción de la sociedad.....	55
5.4 Sobre la identidad .....	56
5.5 Sobre la perspectiva personal .....	57
CONCLUSIONES .....	59
Referencias bibliográficas .....	62
Anexos.....	70
Anexo 1. Guía de entrevista estructurada .....	70
Anexo 2. Guía de entrevista profunda .....	74
Anexo 3. Consentimiento informado.....	77

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Grupo de gráficas de datos sociodemográficos.....	39
Figura 2. Aplicación en la que trabajan.....	40
Figura 3. Tiempo dedicado al trabajo.....	41
Figura 4. Medio de transporte usado.....	41
Figura 5. Actividad ajena al trabajo de repartidor.....	42
Figura 6. Grupo de gráficas sobre el trabajo como repartidor.....	43
Figura 7. Grupo de gráficas sobre el proceso de servicio .....	45
Figura 8. Grupo de gráficas relacionadas a la empresa.....	47
Figura 9. Grupo de gráficas relacionadas a la relación entre repartidores.....	49
Figura 10. Grupo de gráficas relacionadas a la seguridad.....	50
Figura 11. Grupo de gráficas relacionadas a la experiencia propia.....	51

## INTRODUCCIÓN

La contingencia sanitaria trajo consigo restricciones y limitantes a los trabajadores mexicanos, entre ellas, las medidas preventivas como el confinamiento o el cierre temporal de las actividades laborales no esenciales causó que se perdieran 1 117 584 de empleos formales de marzo a julio 2020 (Feix, 2020). En Querétaro, para el tercer trimestre del 2020 se contabilizaron cerca de 72 mil desempleados, con un 8.2% de tasa de desocupación, siendo el segundo estado del país con mayor tasa de desocupación (Flores, 2020). Por esta situación, más personas se planteaban la opción de volverse repartidores de alguna plataforma de delivery<sup>1</sup>. Según el director general de Rappi en México, hubo un incremento en los repartidores registrados, al inicio del 2020 eran 30 mil y para inicios de enero del 2021 ya eran cerca de 50 mil. Mientras, la directiva de Uber en México reportó que 300 mil personas cuentan con cuenta de Uber y Uber Eats (Noguez, 2021).

El presente trabajo es el resultado de una investigación que se enfocó en el estudio de los trabajadores de las aplicaciones de delivery Rappi y Uber Eats. Se analizaron las características del proceso de trabajo que realizan, la formación de sus relaciones interpersonales con otros repartidores y los elementos que intervienen en la construcción de la identidad individual y colectiva. Estas aplicaciones han tenido un crecimiento considerable debido al alza en su popularidad, lo que ha dado paso a que cada vez más personas se den de alta como repartidores en estas plataformas.

---

<sup>1</sup> El delivery se trata de un servicio mediante el cual se distribuye cualquier objeto del establecimiento hasta el domicilio solicitado por el cliente, esto gracias a repartidores sean internos o externos al establecimiento.

El trabajo como repartidor de plataformas de entrega de comida a domicilio parece brindar ciertos elementos como: el libre manejo del tiempo, la idea de ser tu propio jefe, presentarse como una fuente de ingresos extras, entre otros, los cuales lo hacen ver como una opción laboral viable. El número de repartidores activos en las plataformas ha aumentado desmedidamente, debido a la situación económica que la contingencia sanitaria ha provocado a nivel mundial. En una nota técnica de la OIT elaborada por Noémie Feix, publicada en octubre del 2020, se menciona que esta situación ha generado consecuencias en el ámbito laboral en tres aspectos:

1. “La cantidad de empleo (tanto en materia de ocupación, desempleo como de subempleo).
2. La calidad del trabajo (con respecto a los salarios y el acceso a protección social).
3. Los efectos en los grupos específicos más vulnerables frente a las consecuencias adversas en el mercado laboral” (p. 2).

En la estructura en la que los repartidores laboran son considerados colaboradores, lo que implica que las empresas no tienen compromiso de ningún tipo con el repartidor. Estas argumentan que “sólo son mediadoras que conectan colaboradores, servicio y usuarios”, evidencias que se pueden encontrar en la publicidad de estas apps (Dinegro, 2020, p. 126). Esto genera que el repartidor no sea catalogado como un trabajador para la empresa, provocando que, en las estadísticas, quienes realizan actividades laborales como esta se engloben en categorías como: ocupados no asalariados, trabajadores por cuenta propia, trabajo atípico asalariado, trabajadores informales o subempleo (Dinegro, 2020).

## Planteamiento del problema

Debido a la pandemia por Covid-19, aquellos que perdieron su empleo e incluso aquellos que no, no pudieron seguir con sus actividades anteriores a la situación, y se les presento como opción rápida el ser repartidores, ya que el proceso para darse de alta en las plataformas es sencillo. No obstante, no se inicia de inmediato en algunas plataformas. Aunado a lo ya descrito, la contingencia sanitaria ha impuesto en la sociedad condiciones de vida diarias que implican vivir en confinamiento, provocando que el uso de plataformas de delivery incrementara, beneficiando en cierta medida a los repartidores. Como se puede observar en los resultados obtenidos en el reporte 5.0 del *Impacto Covid-19 en Venta Online en México* realizado en octubre del 2020 por la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO, 2020), ha ido creciendo el número de personas que se aventuran en la compra de comida a domicilio debido a la situación, pues de marzo para octubre el porcentaje aumentó un 6%.

La creciente demanda de estos servicios no sólo fue ventajosa para aquellos que ya se encontraban dados de alta, sino que, hay una significativa incorporación de nuevos repartidores, ya sea por la pérdida de empleos que la situación generó, o bien, que se vio la oportunidad de ganar dinero extra. AMVO (2020), en su reporte 4.0 del *Impacto Covid-19 en Venta Online en México* de agosto, mostró como el Covid-19 provocó un 19% de recorte de personal permanente en las empresas afiliadas, 14% de recorte temporal, 14% de suspensión de labores y 22% de reducción de sueldos. Por lo que, como Luis Cervantes, repartidor con más de un año de experiencia, explica “más que aumentar el número de pedidos, lo que ha aumentado es el número de repartidores, ya somos como 3 mil acá en Querétaro, por lo que somos muchos al mismo tiempo” (como

se citó en Orozco, 2020). Así que, el trabajo como repartidor de delivery trajo para varios una opción para tener ingreso rápido de dinero.

Por lo anterior, es que es importante conocer cómo los repartidores experimentan su trabajo como tal, desde las condiciones hasta la actual situación, tanto de manera personal como colectiva, pues es sabido que se han formado pequeñas comunidades de repartidores gracias a las redes sociales y a los puntos de reunión que se han establecido a lo largo de la ciudad, lo cual, de cierta manera es un apoyo entre ellos para sobrellevar el trabajo y todo lo que este trae consigo:

Bajo la sombra de los árboles del parque de Jardines de la Hacienda hacen una pausa para descansar, platicar y esperar a que suene el teléfono para surtir un pedido más. Alrededor de las 14:00 horas uno a uno va llegando con sus motos, sus mochilas y sus cascos, uno a uno va contando lo que significa llevar comida. (Orozco, 2020)

El auge que en la actualidad tienen las aplicaciones de delivery es debido a que facilitan ciertas actividades de la vida cotidiana, esto ha incentivado la aparición de nuevas plataformas, así como el crecimiento de aquellas ya existentes en el sector de la entrega de comida, bebidas y otros productos a domicilio. Y no sólo eso, estas aplicaciones ayudaron a que muchos de los establecimientos de comida y tiendas comerciales no sufrieran grandes repercusiones económicas por la situación provocada por la contingencia sanitaria. Los comercios optaron por promocionar el servicio a domicilio por medio de estas plataformas, lo cual los ha mantenido a flote durante esta gran crisis, “la plataforma electrónica se adaptó durante la pandemia para que los

restaurantes reciban pagos diarios, ofrecen la opción para que los clientes den propinas al personal del establecimiento, realizan programas de lealtad y campañas de marketing” (Martínez, 2020).

En esta investigación, se indagó particularmente en dos de las más conocidas, Rappi y Uber Eats. Y, no sólo son de las más conocidas, también de las más utilizadas, en especial ahora con la pandemia. De acuerdo al estudio realizado en México el 2020, llamado *Consumo en apps de comida a domicilio durante el Covid-19*, en marzo de ese año el consumo a través de la plataforma de Rappi creció un 12.34% y en Uber Eats un 6.66%. Y, comparando el consumo entre abril del 2019 contra el abril del 2020, en Rappi hubo un aumento de 79.67% y del 31.69% en Uber Eats (Reveles, 2020).

No tener una relación laboral formal con la plataforma produce que las condiciones no sean las ideales, haciendo que el repartidor deba establecerse un compromiso a trabajar por determinada cantidad de horas para lograr ingresos suficientes, ser cuidadoso en sus traslados, procurar su propia seguridad para no sufrir accidentes viales por la falta de seguro, así como sopesar la ausencia de las prestaciones de ley que toda persona busca en un empleo. Siendo evidente, que a pesar de que, en la actualidad, este trabajo como repartidor de una app de delivery es una opción a la que muchas personas recurren, no quiere decir que sea una gran oportunidad laboral.

El problema más notable es que se desconocen las condiciones bajo las cuales los repartidores trabajan a diario, a qué tipo de accidentes o riesgos se exponen, cuál es el proceso a seguir para ser un repartidor, entre otros. Por lo que, es fundamental poder conocer las condiciones que les ofrecen, las principales características del trabajo y los

elementos que generan atracción para aquellos que buscan darse de alta como repartidores en estas plataformas, quienes en su mayoría, son jóvenes, muchos de los cuales se dedican también a estudiar o cuentan con algún otro trabajo, lo cual es parte importante en la construcción de la identidad individual y colectiva de esta población y en la significación del trabajo que realizan. A partir de lo anterior, es de gran interés conocer el proceso laboral que se lleva a cabo, el funcionamiento de las plataformas y cómo es que los trabajadores llegan a interiorizar las funciones generales de su trabajo como repartidores, así como la percepción social hacia este tipo de trabajo, y cómo impacta ello en los repartidores durante su labor.

### **Justificación**

Debido al crecimiento que han tenido las aplicaciones de delivery, y la manera en que este servicio se está expande cada día más, es pertinente estudiar lo relacionado a ellas. En este caso, la propuesta fue estudiar a las y los repartidores, aquellos que brindan el servicio de recoger y entregar los pedidos a donde el cliente lo solicite. Para las empresas, ellos son colaboradores, lo cual de inmediato les quita toda posibilidad de exigir o demandarles algo, al no reconocerlos como trabajadores, en vista de la ausencia de un vínculo formal. Dejándolos a la deriva, y así, es que comienzan a ser evidentes los problemas y riesgos a los que se exponen los repartidores mientras realizan sus actividades, totalmente desprotegidos.

Por lo anterior, el estudio se enfocó en el prestador de servicio, el repartidor. Buscando conocer cuáles son las condiciones y la estructura del proceso de trabajo bajo las que realiza esta actividad laboral, para poder analizar cómo estos influyen en la

construcción de su identidad. Todo ello con el fin de conocer a fondo esta nueva forma de trabajo, clasificado por sus condiciones dentro del concepto de “trabajo no clásico” (De la Garza, 2011), forma que está caracterizada por la ausencia de elementos típicos como la territorialidad o la clara relación de únicamente dos agentes, empleado y empleador. Esta tipología de trabajo está cada vez más presente en el país, al tener condiciones laborales e implicar un proceso de trabajo distinto a lo usual.

Con la contingencia sanitaria, se pone sobre la mesa la posición desprotegida en la que trabaja el repartidor y las afectaciones negativas que surgen, pues ellos son personas quienes no tienen entre sus opciones el teletrabajo<sup>2</sup> que la contingencia supone, siendo los repartidores la otra primera línea<sup>3</sup> (Bonhomme et al., 2020), ya que día con día se arriesgan a atrapar el virus del Covid-19, y con la carencia de seguridad social no pueden darse el lujo de caer enfermos.

Además de la inestabilidad laboral de este trabajo, los repartidores se enfrentan día con día a la inseguridad a la hora de realizar los servicios de entrega, riesgos y peligros a los que se exponen, mientras que las aplicaciones no toman ninguna responsabilidad al respecto, dejándosela toda al repartidor en caso de sufrir algún percance. Este es uno de los temas de interés, al tener un completo desconocimiento de cómo es que los repartidores viven su trabajo diario. Lo más cercano que hay sobre este tema son denuncias de los repartidores en distintas redes sociales, donde expresan que “los accidentes viales, asaltos y acoso sexual forma parte de sus jornadas laborales. Se

---

<sup>2</sup> Es el trabajo que se realiza para una empresa, pero fuera de las instalaciones de esta, gracias a las tecnologías de la información y comunicación. También es conocido como trabajo a distancia.

<sup>3</sup> Así se les llama a quienes trabajan en el epicentro de la pandemia de COVID-19, los cuales exponen a diario su integridad física para proteger al resto.

trata de una actividad de riesgo que llevan a cabo sin un contrato laboral, seguridad social o medica” (Luna, 2019).

### **Preguntas de investigación**

#### General

- ¿Qué elementos intervienen en la construcción de la identidad entre los repartidores de Rappi y Uber Eats del estado de Querétaro?

#### Particulares

- ¿Cómo se construyen las relaciones interpersonales entre los repartidores de Rappi y Uber Eats?
- ¿Cuáles son las características del proceso de trabajo de los repartidores de Rappi y Uber Eats?

### **Objetivos de investigación**

#### General

- Analizar los elementos que intervienen en la construcción de la identidad entre los repartidores de Rappi y Uber Eats del estado de Querétaro.

#### Particulares

- Conocer cómo se construyen las relaciones interpersonales entre los repartidores de Rappi y Uber Eats.
- Identificar las características del proceso de trabajo de los repartidores de Rappi y Uber Eats.

## **CAPÍTULO 1. INDUSTRIA DELIVERY: ANTECEDENTES Y DESCRIPCIÓN**

### **1.1 La industria delivery en América Latina**

Sofía Negri (2019) investigó acerca de la gran expansión de las empresas de delivery en Argentina, centrándose en el caso de Rappi. Se interesaba por las condiciones de trabajo que generaron una organización sindical. Se enfocó en la economía de la plataforma como modelo de negocio, proceso de trabajo y la organización gremial. Para investigar acerca del proceso de trabajo realizado en Rappi, Negri aplicó entrevistas, además usó los datos obtenidos de la Encuesta a Trabajadores de Plataformas realizada en 2018 por el Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (Cippec)<sup>4</sup>. Gracias a las entrevistas, indagó en el proceso desde la perspectiva de los trabajadores e indagó en cuestiones relacionadas a la forma de ingresar a la empresa, la flexibilidad de horario, el proceso para la asignación de pedidos, entre otras.

En la investigación realizada por Hidalgo y Valencia (2019) se indagó en la precarización en el trabajo de plataformas como Uber Eats y Glovo<sup>5</sup> en Quito. Las autoras realizaron un análisis de las condiciones de vida de los trabajadores de las aplicaciones. La investigación plantea que el precariado es una clase social emergente

---

<sup>4</sup> Cippec es una institución argentina, la cual en 2019 elaboró un trabajo llamado “Economía de plataformas y empleo ¿Cómo es trabajar para una app en Argentina?”, en el cual se aplicó la Encuesta a Trabajadores de Plataformas (ETP), y entre las aplicaciones de estudio se encontraba Rappi.

<sup>5</sup> Glovo es una app española que trabaja bajo el formato del delivery bajo demanda, en donde se puede solicitar la entrega de cualquier producto de cualquier establecimiento.

en vista de las nuevas condiciones laborales. Realizaron un diagnóstico del funcionamiento de las plataformas y las condiciones de estos trabajos. Se ejecutaron entrevistas profundas y encuestas, para estructurar la encuesta realizaron primero un acercamiento con tres grupos de repartidores y dos informantes. Con lo recabado en ese acercamiento, realizaron un mapa señalando lugares donde se reúnen los repartidores a esperar sus pedidos.

Su encuesta estaba compuesta por ocho secciones: 1) antecedentes socioeconómicos, 2) condiciones de vida, 3) relaciones laborales, 4) salarios, 5) condiciones laborales, 6) seguridad vial, 7) salud y 8) relaciones con la ciudad y organización laboral. Como en la investigación anterior, también problematizaron sobre el proceso de trabajo y, acerca de las condiciones de vida de los trabajadores. Debido a que la investigación se interesó por los temas sociales, también discuten en los resultados temas de despotismo, seguridad vial, racismo y acoso a los trabajadores.

Otra investigación llevada a cabo por Del Bono (2019) en Argentina, tuvo como objetivo ahondar en las condiciones laborales en plataformas Rappi y Glovo. Del Bono realizó entrevistas, análisis de foros, observaciones de campo y relevamiento de prensa. Aquí, se mencionan condiciones como los horarios flexibles, salarios variables, disponibilidad, entre otras. En la conclusión, quedó claro que para estos trabajadores la autonomía y el control es algo que desearían tener en el trabajo.

En Colombia se llevó a cabo la *Encuesta para trabajadores y trabajadoras de Rappi* bajo la coordinación del Centro de Atención Laboral y realizada por el Observatorio Laboral de la Universidad del Rosario et al. (2019), donde se encuestó a

318 repartidores de esta plataforma. Los datos trataban sobre las condiciones de trabajo, las condiciones de vida de los trabajadores y características de estos. Se declaró, por más de la mayoría, que la empresa no exige elementos de protección para realizar la actividad y un 36% ha sufrido accidentes en los últimos dos años ,en especial caídas. Por otro lado, un porcentaje de menos de la mitad declaró haber sufrido enfermedad a causa del trabajo, la cual se ha manifestado en el aparato respiratorio. Se habló de riesgos, donde los más comunes son los físicos relacionados a ruido, vibraciones, temperatura, entre otros; y en segundo lugar los psicosociales. Casi por completo, los 318 encuestados creen que debería haber un sindicato o asociación que los represente. Y finalmente, los temas que consideran deberían mejorar para ellos es: la seguridad, el salario, la estabilidad y la contratación.

## **1.2 La industria delivery en México**

A pesar de que las investigaciones sobre de las aplicaciones de delivery y lo que estas ofrecen a sus repartidores están tomando mucha presencia en países latinoamericanos, para ejemplo Colombia, país donde hay estudios significativos acerca de esta población, sus condiciones y proceso laboral, en parte por ser sede de Rappi y aplicaciones similares, en México, escasean. La información a la que se puede acceder en el contexto mexicano es limitada. Entre lo hallado en la búsqueda destacan cinco documentos. Entre ellos, se encuentra el estudio de Álvarez (2019) sobre la evidente falta de regulación de las sociedades de economía compartida en México. Él menciona que Rappi llega a consolidarse como una de las empresas de tecnología más importantes de Latinoamérica, debido a su diseño de un interfaz que permite a sus usuarios comprar cualquier mercancía en línea, haciendo innecesario salir de casa para adquirir productos.

Y argumenta que la aparición de estas plataformas digitales en México logra darle a ese sector de la población que busca obtener ingresos extras una opción, temporal o fija. Sin embargo, estas plataformas incrementan la precariedad laboral, al no ofrecer las prestaciones laborales mínimas, lo que demuestra la enorme necesidad de regular estas actividades laborales, que hasta el momento han logrado esquivar la formalización de la relación repartidor-empresa.

Alejandro Viedma (2020), Diputado Federal de MORENA, sometió a consideración en el Palacio Legislativo de San Lázaro en la Ciudad de México una propuesta de promoción de condiciones dignas para los repartidores de plataformas digitales en el contexto actual de la pandemia generada por el Covid-19, basándose en que tras el confinamiento social, el sector de servicios a domicilio, especialmente los líderes Uber Eats y Rappi, cuentan con un gran dinamismo. Viedma menciona algunas medidas que han llegado a implementar las plataformas:

- Rappi: Se encarga que los repartidores cumplan todos los protocolos de seguridad en el transporte y entrega de pedidos, distribuyendo gel antibacterial y máscaras de protección, como parte de las medidas. Además, implementó una forma segura en la que el cliente pueda decidir si la entrega no necesita de contacto directo con el repartidor. En cuanto a la parte de los restaurantes, se habilitó la opción para que los usuarios de la app puedan donar la cantidad deseada por ellos para los trabajadores de los establecimientos. También se tiene pensado el ofrecer tarjetas de prepago.
- Uber Eats: Ofrecerá envíos gratis a pedidos de pequeños y medianos restaurantes, para fomentar la demanda. Además, brindarán un apoyo económico

equivalente a 14 días, a repartidores que lleguen a presentar Covid-19. También, les permitirán a los restaurantes pequeños y medianos elegir la opción de recibir pagos diarios, en vez de semanales.

Viedma, también retoma la demanda social del colectivo, la cual exige el reconocimiento de la relación laboral, así como protección por parte de la empresa en cuanto a seguridad social y prestaciones laborales.

Acedo y Castillo (2020) plantean, la ya sabida informalidad del trabajo como repartidor de plataformas como Uber Eats y Rappi, en donde las empresas no se hacen responsable de los trabajadores, designándoles el nombre de socios, lo que les permite no tener obligaciones laborales. Lo más preocupante, es que entre las desventajas de este tipo de trabajos se halla la falta de seguridad social, y con ello los riesgos implicados en la naturaleza del trabajo (accidentes viales, asaltos o violencias, incluidas las sexuales), a los cuales los repartidores están expuestos a diario. Por otra parte, comentan que la principal población de trabajadores de estas plataformas son los jóvenes, quienes deciden trabajar a pesar de estas condiciones, primordialmente, por los horarios flexibles que se ofrecen. Acedo y Castillo también hacen algunas propuestas a estas empresas y al gobierno como: tener un protocolo de entrega sin contacto físico, soporte económico para los repartidores y brindar equipo de seguridad a los repartidores. Y en generalidades, proveer de seguridad social, garantizar salario mínimo y promover organización sindical.

Josué Dávila (2020) habla acerca de la llegada de Uber al territorio mexicano, y como es que la empresa ofrece un trabajo irregular, al no reconocer a sus trabajadores,

llamándolos socios, como ya se ha hecho muy conocido. Reitera igual, que el ser un socio implica que el repartidor no gozará de los beneficios que cualquier trabajador reconocido goza. Comenta que dicha empresa ha sabido aprovechar las grietas en las normativas mexicanas sobre la regulación de los trabajadores digitales. Por lo que, Dávila pone en la mesa, así como los autores anteriores, que es urgente que se adecuen las normativas para no dejar a ningún trabajador en un estado de vulnerabilidad laboral.

Finalmente, Bensusán y Florez (2020) investigaron sobre las plataformas virtuales y cómo han logrado incrementar su número de usuarios. Entre los ejemplos mencionados, se encuentran los conductores de Uber y los repartidores a domicilio. Analizan la naturaleza de su trabajo, pues es en definitiva precario. Mencionan que este modelo de negocio se ha consolidado, actualmente cuenta con 250 mil conductores y más de 8 millones de personas en el servicio de repartición. Retoman datos encontrados en la *Encuesta de Condiciones Laborales de Repartidores/as de Apps*<sup>6</sup>, realizada en la CDMX por el Instituto de Estudios sobre Desigualdad (INDESIG)<sup>7</sup>, donde se encontró que predominan los trabajadores hombres en edades entre los 18 a 30 años y mayores de 50. Sin embargo, en los últimos meses se ha presentado un alza en la incorporación de mujeres y jóvenes menores de 21 años. Esto en consecuencia de la flexibilidad que dispone la empresa para los repartidores.

---

<sup>6</sup> Encuesta disponible en <https://n9.cl/vbzfzfp>.

<sup>7</sup> Proyecto del INDESIG, con el fin divulgar información sobre la desigualdad, mediante datos sencillos y fáciles de digerir.

### 1.3 Características de la plataforma de delivery Uber Eats

La empresa Uber entró en el mercado de la entrega de comida en abril del 2015, “Uber Eats hizo su debut en Chicago, Los Ángeles y en la ciudad de Nueva York” (Uber, s.f). Y en octubre del 2016 a la Ciudad de México “con más de 500 restaurantes entre sus opciones” (Excelsior, 2016). Uber Eats pronto tomó fuerza en el país, para el 2019 la aplicación ya contaba con “más de 2,500 establecimientos disponibles en la capital y más de 5,000 en todo el país” (Dinero en Imagen, 2019). Uber Eats es una aplicación por medio de la cual se puede pedir comida a domicilio. La app ofrece un menú variado de comida de restaurantes o cafeterías locales.

#### 1.3.1 Socio repartidor

Socio repartidor es el nombre que reciben aquellos que se registran y trabajan dentro de la aplicación. Para poder formar parte se piden ciertos requisitos:

- “Tener un vehículo: auto, moto o bicicleta. Sea cual sea el tipo de vehículo que conducirás, debes tener una identificación oficial con CURP (no se admite pasaporte). En el caso de las motocicletas y los carros, deberás contar con una licencia de conducir y la tarjeta de circulación del vehículo, ambos vigentes.
- Ser mayor de edad (18 años cumplidos).
- Tener un teléfono celular inteligente donde poder descargar la app de Uber para Socios Repartidores” (Uber Eats blog, 2018).

Ya cumpliendo los anteriores requisitos, a la hora del registro se les solicita la siguiente información: dirección de correo electrónico, nombre y apellidos, número de

celular personal, contraseña y ciudad. El socio repartidor debe contar con cuenta bancaria activa para recibir su pago, el cual es semanalmente y para obtener la mochila térmica debe ponerse en contacto con el Centro de Activación y el Soporte de Uber en la ciudad donde se encuentre (Uber Eats blog, 2018). Uber como empresa ofrece a sus socios repartidores ciertos beneficios por medio de convenios con otras empresas como Carabela, Chop Chop Bikes e Innova Rutas, por ejemplo “Carabela ofrece a los socios repartidores de Uber Eats descuentos del 12% en una selección de modelos de motocicleta. Además, da opción de financiamiento con el 10% de enganche” (Uber, s.f).

#### **1.4 Características de la plataforma de delivery Rappi**

Rappi es una empresa colombiana fundada en el 2015, que está insertada en el mercado de la entrega de comida por medio de una aplicación que les brinda a sus usuarios un amplio menú de opciones desde diversos tipos de comida y restaurantes hasta recibir en la puerta de su domicilio el súper o cualquier otro encargo.

En enero del 2016, Rappi llegó a la Ciudad de México, “inició con más de 300 repartidores para atender pedidos, pero, en la actualidad, el servicio ya se encuentra disponible en Monterrey, Guadalajara, Mérida, Puebla, Toluca, San Luis Potosí, Oaxaca, Puerto Vallarta y otras regiones de la República” (Avendaño, 2019).

##### **1.4.1 Rappitendero**

En Rappi, a quienes trabajan dentro de la aplicación reciben el nombre de rappitenderos. Los requisitos básicos son similares a los que Uber Eats pide como contar con un medio de transporte como motocicleta o bicicleta y disponer de un celular, que debe contar con sistema Android. E igual que en Uber Eats, se debe llenar

un registro con datos personales. En el caso de Rappi, también los aspirantes a ser rappideros deben presentarse en las oficinas de la empresa donde se les imparte un curso corto sobre el funcionamiento de la aplicación, todo lo referente a los pagos, entre otros detalles. Al finalizar esa introducción, se les hace un pequeño examen de 20 preguntas, si todo sale bien ya forman parte de la empresa. Ya siendo un Rappidero más se les entregan dos tarjetas, una donde recibirán sus ganancias de los viajes realizados y otra donde ellos deben depositar los pagos en efectivo que los clientes realicen (Avendaño, 2019).

Dirección General de Bibliotecas de la UAQ

## CAPÍTULO 2. PERSPECTIVA TEÓRICA

### 2.1 Economía de servicios bajo demanda

El trabajo que ofrecen las plataformas se encuentra, presuntamente, dentro del esquema de la economía colaborativa, en el cual se supone que el servicio ofrecido se basa en las prácticas de compartir, colaborar y cooperar; siendo básicamente un modelo de consumo que se enfoca en el apoyo mutuo. La ventaja que presenta este modelo es “que genera oportunidades de negocio en los que todos ganan. Además, son los usuarios quienes valoran el servicio recibido. Esto les da la oportunidad y el poder de ser escuchados” (Álvarez, 2019, p. 13). Existen diversos tipos en la práctica de este modelo colaborativo: entregas, transporte, finanzas, hospedaje y consumo.

Entre las características de las empresas que trabajan bajo este modelo son que:

- Utilizan las aplicaciones para dispositivos móviles.
- Usan sistemas donde el usuario brinda su calificación, y así se controla la calidad.
- Ofrecen flexibilidad en el horario de trabajo, así el trabajador decide sus horas de trabajo (Irigaray, 2020).

Pero, este modelo presenta desventajas para los repartidores:

- El repartidor funge como un voluntario al ofrecer su servicio, razón por la cual, no hay un contrato laboral, y entonces ellos son quienes deben asumir algunos gastos, que normalmente una empresa tradicional llevaría.

- El repartidor debe ser más disciplinado y comprometido a establecer rutinas para cumplir sus metas de ingresos.
- Al no existir una relación laboral, los repartidores no disfrutan de vacaciones pagadas, bonos, ni ninguna clase de beneficio o prestación (Álvarez, 2019).

Al final, se hace evidente en este caso que los cimientos base de la economía colaborativa no tienen lugar alguno, siendo en realidad este un ejemplo de “una economía de servicios bajo demanda que se dispone a obtener beneficios económicos de servicios que antes eran privados” (Scholz, 2016, p. 8), lo que convierte a estas empresas en constructoras de puentes digitales, como las llama Scholz (2016), al ser las plataformas de delivery sólo un intermediario entre dos partes particulares, donde una ofrece un servicio y la otra lo demanda.

La principal diferencia entre una economía colaborativa y una bajo demanda es que los servicios de la primera, usualmente, no tienen fines de lucro, siendo el objetivo primordial el compartir o intercambiar recursos o bienes entre los usuarios, mientras que en la segunda, si trabaja bajo un modelo de consumo con fines de generar beneficios al proveedor que intermedia la oferta y demanda de los bienes o servicio (Álvarez, 2019). Esto desmiente la idea de que las plataformas de delivery trabajan desde el esquema cooperativo que plantea una verdadera economía colaborativa. Los repartidores que forman parte de esta economía bajo demanda pierden la idea de un libre manejo de su tiempo, pues se presenta una contradicción del “sueño de la libertad de manejar el tiempo y ser tu propio jefe, con la realidad de no tener protección social y la (auto)explotación que nadie asume por el supuesto quiebre del modelo tradicional de subordinación y dependencia” (Muñoz, 2019).

## **2.2 Trabajo y empleo**

Para el abordaje del tema es relevante diferenciar trabajo y empleo, para Da Rosa et al. (2011) el trabajo es un medio de transformación, con el objetivo de satisfacer necesidades humanas. Se da en una relación dialéctica persona-naturaleza, donde las dos partes se transforman mutuamente. El trabajo también implica un mecanismo de relación con otros en un esfuerzo colectivo, en el cual todos participan. Es entonces que, el trabajo se convierte en un espacio fundamental para establecer relaciones sociales, y como eje de grupos, comunidades y sociedades, también es reconocido como ámbito clave para la construcción de la identidad personal y social (Álvaro & Garrido, 2006). Esto quiere decir que no todo trabajo es un empleo, ya que el empleo es una relación que vincula el trabajo de una persona con una organización dentro de un marco institucional y jurídico. Neffa (1999) define al empleo como:

Una relación laboral que permanece en el tiempo y tiene un carácter mercantil, pues se intercambia por un salario asignado individualmente; goza de ciertas garantías jurídicas y de la protección social y está normatizado mediante una clasificación resultante de reglas codificadas en los estatutos profesionales o en los convenios colectivos de trabajo. (p.12)

## **2.3 Proceso de trabajo y flexibilidad laboral**

Como producto de un proceso de reestructuración productiva, el cual llegaba a América Latina en los 80's, la flexibilidad en el trabajo buscaba incorporar tecnologías, formas de organización y gestión de mano de obra novedosas, así como la flexibilidad

en relaciones laborales e industriales (De la Garza, 2017). La flexibilidad ha sido apoyada por tres perspectivas teóricas, diferenciadas por De la Garza, (2000):

1. Neoliberalismo: aquí se planteaba la flexibilización del mercado de trabajo, centrada en que el mercado se encargue de determinar el factor trabajo, es decir, que asigne la distribución del empleo y el precio de este, lo que provocaba que el salario estaría ligado a la productividad.
2. Posfordismo: aquí hay tres teorías: 1) regulacionismo, se daba énfasis en la flexibilización en el proceso de trabajo y se quería regular esta; 2) neoschumpeterianismo, flexibilización a través de la tecnología y 3) especialización flexible, flexibilización del proceso de trabajo con una lucha de clases, entre PYMES y grandes empresas, por la competitividad dentro del mercado.
3. Toyotismo: aquí se enfoca más en una flexibilidad interna con nuevas formas de organización y el planteamiento de un perfil más completo de trabajadores fomentado por una cultura laboral.

La flexibilidad se presenta en dos niveles, externa e interna. En la externa es donde la clase trabajadora puede tener “mayor participación en el proceso productivo, prepararse en varios oficios, escoger un horario flexible, así como aprender el uso de nuevas tecnologías, es decir, se abre un espacio para adquirir nuevas competencias laborales” (Correa, 2011, p. 291). En la interna, se describen dos elementos: 1) la pérdida de los beneficios o derechos, perjudicando la estabilidad laboral y 2) la promoción de la individualización de las relaciones laborales con nuevas formas de organización, afectando la cohesión de los trabajadores. (Correa, 2011).

En la flexibilidad interna, se hallan subtipos:

- Numérica: correspondiente con la duración de la jornada laboral o la cantidad de turnos.
- Funcional: enfocada en la polivalencia del trabajador.
- Salarial: relacionada con el salario en función de la productividad del trabajador (Hernández & Galindo, 2016).

Los repartidores parecen tener a su favor esa flexibilidad que ofrece la empresa, pues esta les permite decidir en qué momento del día dar inicio y fin a su actividad en la plataforma, manejando así el número de horas que estarán activos en la app, y no sólo eso, sino que también está a elección de ellos cuántos pedidos tomar, y con ello, la cantidad de ingresos a generar a diario. Esta flexibilidad da la impresión de brindarles una cierta independencia, pero en realidad, esto también funciona para que las empresas se deslinden de responsabilidades de toda clase, pues la flexibilidad del trabajo ha traído consigo “la desregulación, pérdida de seguridad en el empleo, en el salario o en las condiciones de trabajo; se ha conformado un nuevo dualismo con la polarización en sentidos regionales, generacionales, étnicos o de género, y con extensión del trabajo precario” (De la Garza, 2000, p. 161) y con esto, nuevas conceptualizaciones sobre el trabajo y su significado en la actualidad.

#### **2.4 Avances en la definición del concepto de trabajo**

De la Garza sostiene que el concepto que sirve de base para la construcción de un concepto ampliado de trabajo es la producción inmaterial explicada por Marx, en la cual el producto no se objetiva sino se subjetiva, y es una generación de los símbolos.

Dentro del trabajo, se incluye la actividad eminentemente interactiva, en el sentido de que la interacción es la condición para producir y, al mismo tiempo, lo más importante del producto. Esto es el trabajo interactivo es también trabajo de generación y transmisión de símbolos (De la Garza, 2009). Esta fundamentación se desprende de otras conceptualizaciones sobre el trabajo, entre los cuales destaca el trabajo clásico, no clásico, típico y atípico:

- Trabajo clásico

El trabajo clásico se vincula a la Revolución Industrial, en donde a los procesos productivos centrales se introdujeron las máquinas para la realización y transformación de la materia prima. Este trabajo también implica el uso de trabajo asalariado por el capital, cuenta con una segmentación espacial (lugar de trabajo) y temporal (jornada de trabajo) (De la Garza, 2013).

- Trabajo típico

Estos trabajos son “aquellos que fueron considerados en la teorización e investigación empírica como la línea principal de evolución del trabajo” (De la Garza, 2009, p 115). Básicamente, son los trabajos asalariados realizados dentro de una empresa, con horario determinado, etc.; los cuales en la actualidad escasean.

- Trabajo atípico

Estos trabajos no forman parte del “modelo tradicional de relación de trabajo, viene a ser una respuesta a las necesidades de flexibilización de las empresas y al nuevo escenario nacional e internacional” (Caamaño, 2005, p 36). Y se

caracteriza principalmente por no ser “subordinado a un solo patrón, o integrado a una sola empresa, sin contrato por tiempo indeterminado, sin tiempo completo, desprotegido, riesgoso, pero no necesariamente precario, también aquellos en los que el cliente está implicado directamente en la producción” (De la Garza, 2009, p 125).

## **2.5 Trabajo no clásico**

El trabajo no clásico es aquel en el que la intervención del cliente es indispensable para que se realice la producción y se tenga el producto. La intervención del cliente implica interacción con los trabajadores clásicos y, a veces, con otros actores aparentemente ajenos a dicho trabajo, e intercambios simbólicos entre los sujetos del trabajo, incluyendo al cliente. Esto porque parte importante del trabajo no clásico es la producción e intercambio de símbolos cognitivos, emocionales, morales y estéticos (De la Garza, 2009).

### **2.5.1 Características**

El trabajo no clásico implica ciertas características que aunque ya se han ido mencionando son importante aclararse. Para ser considerado como trabajo no clásico se deben identificar los siguientes elementos:

- La desterritorialización del proceso de trabajo.
- El papel del tercer actor durante el proceso de trabajo.
- El predominio de la producción simbólica.

Algo más que se debe mencionar, es que la identidad del sujeto ya no está ligada a su actividad laboral, como lo está en el caso del trabajo clásico, “la relación directa entre trabajo, medio de vida e identidad que funcionó hasta hace unas décadas ya no nos sirve [...] ya nadie se define por su rol en la división de las tareas” (Basch, 2018).

Debido a la crisis que sufre el trabajo, donde la actividad laboral ya no es más el centro principal de la construcción de la identidad de los individuos actuales. La tesis de Offe (1985) habla sobre como este fin de la centralidad del trabajo, no sólo produce transformaciones en el ámbito laboral, sino que, ello abre la posibilidad a una fragmentación de los mundos en los que se mueven los trabajadores, como la familia o el ocio, provocando la disminución del papel que el trabajo tenía, anteriormente, en la construcción de la identidad, la cual ahora se irá conformando en estos diversos campos de acción, ajenos a la ocupación laboral (De la Garza, 2001).

Según Leicht (1997), a partir de los 80's es que comenzaba a hablarse de la pérdida de centralidad del trabajo, intelectuales lo llamaron el fin del trabajo, se relaciona al movimiento de reestructuración productiva que trajo al panorama transformaciones relacionadas a un incremento en la flexibilidad laboral (como se citó en De la Garza, 2001, p. 26). Sin embargo, a pesar de esta crisis que sufre el trabajo, no ha perdido del todo su influencia en la vida del hombre, pues “la declinación simbólica del trabajo es en lo público, pero no en lo privado; el trabajo sigue ocupando un segundo lugar entre los aspectos de la vida más importantes de la gente común después de la familia” (De la Garza, 2001, p 27).

## 2.5.2 Tipos

Existen tres tipos de trabajo no clásico:

- 1) Aquel que se realiza en espacios cerrados y fijos, asalariado o no y con interacción directa con el cliente.
- 2) Aquel que se realiza en espacios abiertos a la interacción diversa en condiciones fijas o móviles.
- 3) Aquel que se realiza en espacios cerrados y fijos, de interacciones limitadas (De la Garza et al., s.f.).

Al entrar en juego la interacción con el cliente, este genera una clase de control sobre el trabajador del tipo uno, este control “empieza como presión simbólica para la realización del trabajo en el espacio y tiempo esperado y con la calidad requerida por este” (De la Garza, 2012, p.8), esto debido a que la interacción es directa. En caso de los trabajadores del tipo dos, además del cliente en sí, aparecen otros actores como transeúntes, policías, compañeros de la misma ocupación, etc.; siendo estas interacciones causa de un impacto en la actividad en sí, en el territorio, en el tiempo de trabajo, en las ganancias, e inclusive en la propia existencia de la actividad misma (De la Garza, 2012).

En comparación con lo anterior, en el trabajo de tipo tres, se añade una complicación extra, la interacción es más limitada y precisa por ser en espacios privados, por lo que los actores con los que se interacciona son con quienes se cohabita en el espacio y vecinos, además de que existe una contradicción por ser un espacio de

trabajo que a la vez lo es de alimentación, aseo, descanso, en los cuales también se realiza otro tipo de trabajo derivado de necesidades vitales (De la Garza, 2012).

## **2.6 Construcción de la identidad en la actividad de delivery**

El papel de la identidad es importante en este caso, pues como ya se menciona arriba, este tipo de trabajos alejados de toda concepción formal e integrándose, por ende, como parte de aquellos trabajos clasificados como no clásicos, los cuales marcan que la identidad de los trabajadores ya no está ligada por completo a la actividad laboral que realiza, esta traspasa a otros campos de acción. Provoca que sea esencial identificar bajo qué condiciones es que, entonces, la identidad individual del trabajador se construye.

La identidad de los repartidores no es clara, pues al ser trabajadores que no son reconocidos por la misma empresa como tales, al ser catalogados como colaboradores, trabajadores independientes, inclusive microempresarios, genera ambigüedad laboral y social, pues aunque desde la perspectiva social se les ve y piensa como trabajadores de estas empresas, no lo son. Esto, aunado a las condiciones y características laborales que implican el trabajar como repartidor, permite una construcción de identidad particular, la cual es determinante tanto en el actuar del repartidor como individuo y en su papel dentro del colectivo. En cuanto a la identidad colectiva “no depende ya del cara a cara, sino de la intensidad subjetiva y material de los lazos” (De la Garza, 2001, p. 14), es decir, que para que se forme deben de existir elementos más fuertes con los cuales identifiquen entre ellos, más allá de pensarse en compañeros de trabajo.

## 2.6.1 Identidad individual y colectiva

Giménez (2000) define a la identidad como:

no es más que la representación que tienen los agentes (individuos o grupos) de su posición (distintiva) en el espacio social y de su relación con otros agentes, individuos o grupos que ocupan la misma posición o posiciones diferenciadas en el mismo espacio. Por eso, el conjunto de representaciones que, a través de las relaciones de pertenencia, definen la identidad de un determinado agente nunca desborda o trasgrede los límites de compatibilidad definidos por el lugar que ocupa en el espacio social. (como se citó en Mercado & Hernández, 2010, p. 238)

Otra definición, interesante y rescatable, es la que nos brinda Dubar (2000), donde la identidad es “el resultado a la vez estable y provisorio, individual y colectivo, subjetivo y objetivo, biográfico y estructural, de los diversos procesos de socialización que, conjuntamente, construyen los individuos y definen las instituciones” (como se citó en Garabito, 2014, p. 34). La identidad está en dos sentidos: 1) identidad individual, la cual es una definición hecha por nosotros mismos de lo que somos o queremos ser y 2) identidad colectiva, definición hecha por otros relacionada con la pertenencia y las clasificaciones sociales (Dubar, 2001).

En cuanto a la identidad colectiva, Mercado y Hernández (2010) la definen como resultado de un “proceso de socialización, a través del cual los sujetos conocen los repertorios culturales del grupo al que se adscriben [...] la participación en los procesos de comunicación lo que permite a los sujetos irse integrando al yo colectivo”

(p. 247). Dubar (2001) afirma que “la identidad colectiva del grupo (linaje, clan, tribu) prevalece por sobre toda otra forma de pertenencia [...] ella liga entre sí a todos los individuos en tanto miembros del grupo” (p. 6).

Kossoy (2009) habla de la identidad colectiva como una noción que:

refiere a la pertenencia a un grupo, cuyos límites, acciones y actividades son el resultante de un intenso y complejo proceso entre los miembros del grupo [...] el abordaje de la identidad colectiva está orientado por la definición del nosotros del grupo y su referencial simbólico y de acción. (p. 3)

#### 2.6.2 Identidad y trabajo

En el trabajo, se dan tres figuras de identidad:

1. Identidad de oficio (figura de categoría): es una identificación muy duradera, definida por el lugar ocupado en un cuerpo piramidal.
2. Identidad de clase (figura instrumental): este tipo de identidad es de las personas que no cuentan con más que su fuerza de trabajo, siendo esta considerada la mercancía que ofrecen al capitalista, lo que los aliena e instrumentaliza.
3. Identidad de la organización (figura de status): quienes se identifican con la organización, y se liga a la dependencia del status que esta otorga (Dubar, 2001).

Dubar (2001) menciona que “las identidades en el trabajo no derivan mecánicamente de las “situaciones” definidas desde el exterior [...] dependen sobre todo de las relaciones que se mantienen con los otros” (p. 9). Por lo que, la identidad en el trabajo se define desde la participación de uno mismo en el colectivo. En cuanto a

una identidad profesional, esta es reconocida socialmente con el fin de identificarse en el escenario del trabajo y empleo, pero no sirve sólo para una identificación educativa o laboral, va más allá, comprendiéndola más como una apropiación de la trayectoria en sentido biográfico (Dubar, 2002).

La identidad implica un proceso de interacción dentro de los mundos social, intersubjetivo y simbólico:

- En el mundo social, el trabajo surge como actividad transformadora de la naturaleza, siendo una práctica de conocimientos y habilidades. Esta actividad regula las acciones del sujeto, organiza su tiempo y lo vincula con otros mundos como familia, educación, etc.
- En el mundo intersubjetivo, el trabajo es un espacio más donde convergen y se interiorizan subjetividades adscritas a él.
- En lo simbólico, el trabajo lleva consigo ciertas valoraciones atribuidas a él, tales como la responsabilidad o la ética (Garabito, 2014).

Pero todo esto ya no se da hoy en día, este proceso de construcción de la identidad tan ligada a la actividad laboral ya sólo sucede en aquellos trabajos clásicos. En el trabajo no clásico, esta actual inestabilidad en la actividad laboral supone una actividad fragmentada y desvinculada, implica sin lugar a dudas la pérdida de aquella identidad tan estrechamente unida al trabajo. Entre estos trabajadores, la construcción de una identidad es más compleja pues involucra otras configuraciones relacionadas a cada actividad no clásica, pues la alta heterogeneidad de estas ocupaciones no permite hablar de un proceso de construcción similar (De la Garza, 2013).

### 2.6.3 Identidad laboral

La identidad laboral es un producto simbólico que se articula a través de lo que el trabajador entiende por medio de sus experiencias en el espacio laboral y lo que los otros le significan, y el cómo ello lo define como actor dentro de dicho espacio (Stecher, 2013). Lo que quiere decir que los elementos que la construyen son:

- Escenario laboral.
- Proceso de trabajo.
- Actores con los que interactúa dentro del escenario.

Estos elementos permiten que el trabajador signifique sus acciones dentro de ese entorno, determinado así un sentido de distinción, singularidad y continuidad gracias a la experiencia personal, y con la experiencia de la interacción con el colectivo se produce el sentido de pertenencia, semejanza e integración social (Stecher, 2013).

## CAPÍTULO 3. PROCESO METODOLÓGICO

### 3.1 Diseño de la investigación

La investigación se realizó mediante metodología cualitativa con enfoque fenomenológico. La fenomenología es una corriente filosófica nacida en 1890, atribuida a Edmund Husserl. Este enfoque o diseño de investigación se centra en la experiencia personal relacionada con el contexto que la rodea, como lo son la relación de ésta con los objetos, personas, sucesos y situaciones. Tiene cuatro elementos fundamentales: 1) la temporalidad de la experiencia, 2) la espacialidad de la experiencia, 3) la corporalidad de quien lo experimenta y 4) la relacionalidad humana (Álvarez-Gayou, 2003).

Investigar desde un paradigma fenomenológico denota un estudio orientado en comprender el significado detrás de la experiencia vivida de la persona o grupo de interés acerca de un fenómeno o situación particular, donde quien investiga debe ser receptivo a lo que tengan que expresarle y tiene que alejarse de sus propias ideas sobre el fenómeno o situación estudiados. Todo ello, con el fin de que el investigador logre sintetizar los resultados obtenidos, construir una expresión textual de las experiencias para revelar la esencia detrás de ellas que facilite, no sólo a él, sino también a los futuros lectores, el contenido significativo de dicha experiencia (Álvarez-Gayou, 2003).

Por lo tanto, esta investigación bajo un enfoque fenomenológico:

- Se centra en la interpretación del fenómeno tal y como se le presenta a la población estudiada en su fuero interno, es decir, se concentra en el estudio de la vivencia personal del repartidor respecto a su situación particular.

- Como la realidad no es meramente objetiva, sino que se constituye subjetivamente de aquello que sucede en el interior de las personas como consecuencia del vivir, el elemento primordial es buscar la esencia detrás de la experiencia del repartidor acompañada de las percepciones obtenidas durante la vivencia misma.
- Por lo anterior, las preguntas realizadas se dirigieron hacia la comprensión de la experiencia vivida por la población estudiada, por lo que, el investigador no realizará suposiciones o juicios previos al análisis de los resultados, siendo en todo momento receptivo a toda información recibida durante las entrevistas.
- El análisis de los resultados obtenidos se realiza desde esta perspectiva que busca la esencia detrás de las experiencias descritas por los colaboradores, en los temas de interés, para poder comprenderlas y describirlas objetivamente para conocimiento público.

### **3.2 Técnicas e instrumentos**

- Entrevista estructurada no presencial (Anexo 1. Guía de entrevista estructurada):  
Se preparó un guion con las preguntas que responderán los repartidores por igual y sin modificaciones. Por las condiciones actuales de la pandemia de Covid-19, su aplicación fue por medio de la herramienta de Google Forms. Fueron preguntas abiertas en su mayoría para que el entrevistado pudiera expresar sus opiniones o extender sus respuestas. Algunas fueron cerradas por la naturaleza de la aplicación, para ofrecer opciones múltiples para su contestación.

La entrevista está dividida en siete partes:

1. Datos sociodemográficos

2. Sobre el trabajo
  3. Sobre el proceso del servicio/la actividad en sí
  4. Sobre la empresa
  5. Sobre las relaciones entre repartidores
  6. Sobre la seguridad en el trabajo
  7. Sobre la experiencia personal
- Entrevista profunda semiestructurada (Anexo 2. Guía de entrevista profunda):

Se preparó un guion basado en el anterior, para ahondar temas de interés que por medio de la entrevista anterior no se lograron profundizar completamente. La aplicación de esta entrevista fue semipresencial, en donde se seleccionaron a cinco sujetos ya participantes de la entrevista previa. Se retoman las primeras preguntas sobre los datos demográficos. La entrevista semiestructurada permitió que con cada entrevistado se incluyeran otras preguntas relacionadas a lo que nos contaban al momento.

La entrevista está dividida en seis partes:

    1. Datos sociodemográficos
    2. Sobre el trabajo y la empresa
    3. Sobre las relaciones entre repartidores
    4. Sobre la percepción de la sociedad
    5. Sobre la identidad
    6. Sobre la perspectiva personal

### 3.3 Procedimiento

Primeramente, al determinar el tema de estudio se limitó la población que sería la unidad de análisis, al existir varias plataformas de entrega de comida en México, se tuvo que elegir sólo un par para que la recopilación de información fuera más manejable. Ya determinado esto, se comenzó la construcción de la base teórica, igualmente se realizó una indagatoria sobre otras investigaciones relacionadas a la población y a las variables a estudiar. Al ser un tema poco estudiado fue difícil hallar rápidamente investigaciones al respecto, pero haciendo una indagatoria profunda se encontraron unas cuantas investigaciones mayormente latinoamericanas sobre las plataformas de delivery.

A partir de la fundamentación teórica, se estructuró la guía de entrevista por temas de interés en la recopilación de información, la cual responde a las condiciones de la situación actual por la pandemia de Covid-19. Para la entrevista, se contactó a los repartidores y se les compartió el link del formulario de Google. Las preguntas fueron planteadas para que puedan extenderse en su respuesta, y se buscó abarcar todos los detalles relevantes para la investigación en los seis temas establecidos. Por la contingencia sanitaria, resultó difícil contactar a los repartidores, además del hecho de que pedirles su cooperación es un tanto informal por no poder contactar a todos directamente, lo que redujo nuestras posibilidades de conseguir un gran número de respuestas. Finalmente, se lograron recabar 19 respuestas muy variadas entre sí, las cuales nos brindaron información suficiente para empezar a analizar los resultados obtenidos en los temas de interés para el estudio.

Al revisar los resultados, se tomó la decisión de aplicar una entrevista más profunda a cinco colaboradores seleccionados de los 19 participantes, la cual se realizó de forma semipresencial, bajo las condiciones de sanidad necesarias. Esto con el fin de indagar más a fondo en ciertos temas de interés en el estudio, y tener más información para complementar el análisis de la entrevista de Google Forms. A los colaboradores se les explico el fin de la investigación y el uso que se le daría a la información suministrada por ellos, como también se les entregó un consentimiento informado para que firmaran y autorizaran tanto el uso de dicha información como el permiso de ser grabados y sobre el material resultante (Anexo 3. Consentimiento informado). Aquellos colaboradores con quienes las entrevistas tuvieron que realizarse por medio de videollamada o llamada telefónica, se les explico de igual manera el fin de la investigación y el uso de la información, pero el consentimiento fue enviado por mensaje y se solicitó su permiso oral de ser grabados.

Se realizó un nuevo análisis de estos resultados, donde se reafirmaron las mismas ideas generales que se observaron en el primer análisis de las entrevistas no presenciales. Al ser semiestructurado, este segundo acercamiento dio la oportunidad de hacer preguntas que surgían con lo que el entrevistado nos contaba, siendo más enriquecedoras las respuestas obtenidas, permitiéndonos ampliar nuestro conocimiento y comprensión sobre lo estudiado. Con el análisis de los resultados, de ambas entrevistas, se establecieron las limitantes y los posibles alcances de la investigación realizada. Con ello, se procedió a elaborar la discusión y conclusiones del trabajo de investigación.

### 3.4 Conceptualización de variables

- Identidad: Asimilación subjetiva y objetiva de la posición, valores, símbolos, etc. aprendidos a través de procesos de socialización, la cual construye una imagen de sí mismo y brinda las herramientas para la adaptabilidad e interacción con el entorno.
- Trabajo: Transformación de un objeto a partir de la actividad humana, utilizando determinados medios de producción para generar un producto con valor de uso y, en ciertas condiciones, con valor de cambio que implica cierta interacción con otros hombres (De La Garza, 2009).

### 3.5 Limitación

La investigación no buscaba establecer ninguna correlación clara entre variables, solamente realizar una descripción de la aparente influencia que tienen las relaciones interpersonales entre los repartidores con la construcción de su identidad individual y colectiva. Por lo que, la más grande limitante fueron las condiciones en las que se desarrolló la investigación, que obstaculizaron la aplicación de entrevistas personales, con las cuales se tenía el objetivo de extraer tanta información como fuera posible de los colaboradores, y poder indagar profundamente en respuestas que nos resonaran. La recopilación de información no resultó como se proyectaba en un principio del planteamiento de este estudio.

### 3.6 Alcance

Los resultados sientan bases para investigaciones futuras que quieran estudiar sobre esta población y planteen inquietudes similares. Incluso, siguiendo la misma tónica, se pueden investigar más repartidores en otros sectores del mismo estado o en el resto de estados en el país, lo cual podría ampliar la información al respecto de esta clase de trabajo en otros entornos geográficos y culturales.

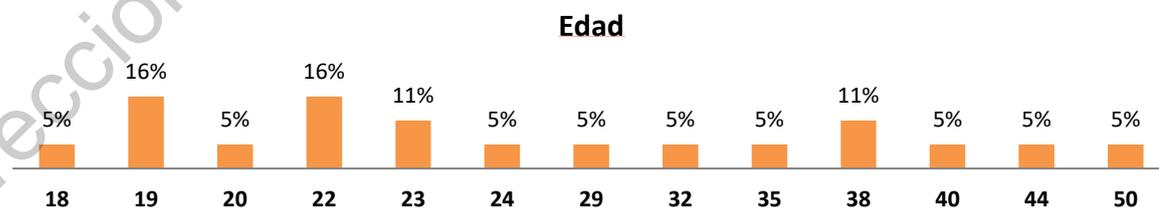
En cuanto a este estudio en particular, podrían aumentarse sus variables y desarrollarse con más detalle en ellas, para poco a poco conocer más sobre esta población trabajadora y con lo obtenido comenzar con ideas de mejora de las condiciones laborales ya sea como propuestas dentro de las propias empresas o externas a ella con el fin de beneficiar a los repartidores de no sólo una empresa, sino a tantos como sea posible.

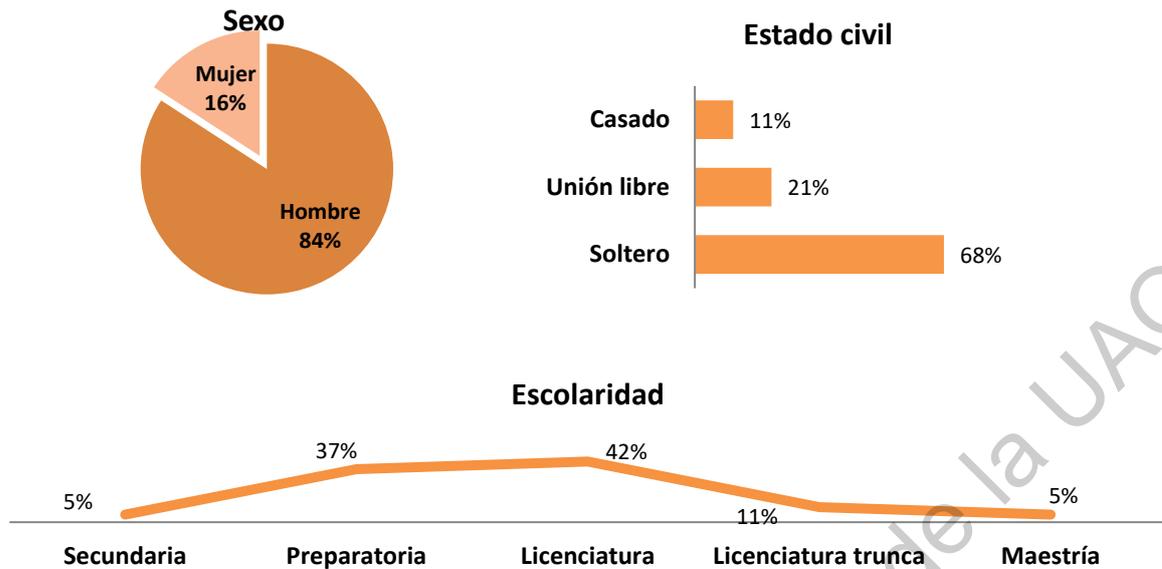
## CAPÍTULO 4. CARACTERIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

Después de la aplicación de la primera entrevista, se obtuvieron gráficas que permite una mejor visualización de datos relevantes para su análisis. Algunas gráficas fueron acomodadas en grupos de datos que se relacionan entre sí. Inicialmente, se muestran datos sobre los repartidores en sus generalidades, para continuar con el análisis enfocado en los temas de interés que son: el trabajo, proceso de servicio, empresa, relaciones, seguridad y experiencias personal. Este primer análisis, sólo incluye los resultados del primer acercamiento con la población, por medio de la entrevista estructurada no presencial, permitiendo dar inicio a la caracterización del objeto de estudio. El siguiente capítulo presenta los resultados de la segunda entrevista, un análisis con mayor profundidad.

Dentro de los entrevistados, se observa que el 58% se encuentran en un rango de edad de entre 18 a 24 años, sólo el 16% fueron mujeres, 68% son solteros y 42% tienen una licenciatura o la están cursando actualmente.

Figura 1. Grupo de gráficas de datos sociodemográficos





Fuente: elaboración propia (2020).

El objeto de estudio estaba enfocado en repartidores de Rappi y Uber Eats, buscando aquellos que trabajarán en una o en ambas. De los entrevistados, poco más de la mitad trabaja en más de una app, haciendo presencia otras apps similares a las del estudio.

Figura 2. Aplicación en la que trabajan



Fuente: elaboración propia (2020).

El 37% llevan trabajando de uno a dos años como repartidor y el 31% menos seis meses. Un 26% trabajan 8 hrs., sólo el 15 % trabajan más de 8 hrs. y un 33% menos de 6 hrs.

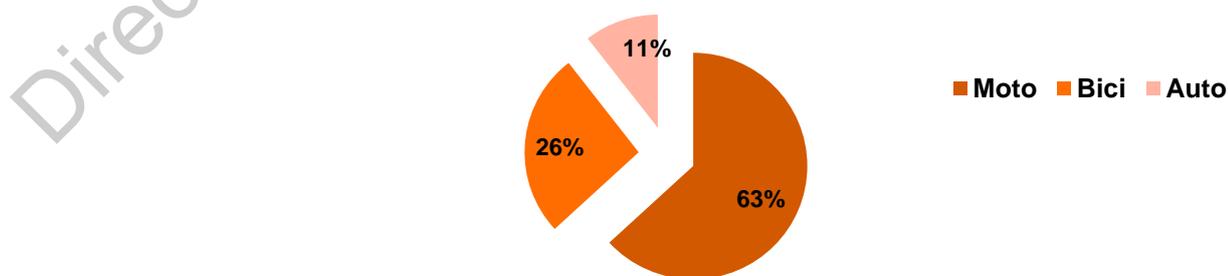
Figura 3. Tiempo dedicado al trabajo



Fuente: elaboración propia (2020).

Poco más de la mitad realiza sus actividades de repartidor en una moto, mostrando que es el medio más utilizado para el delivery, por la facilidad de movilidad que brinda, y el auto como el menos utilizado.

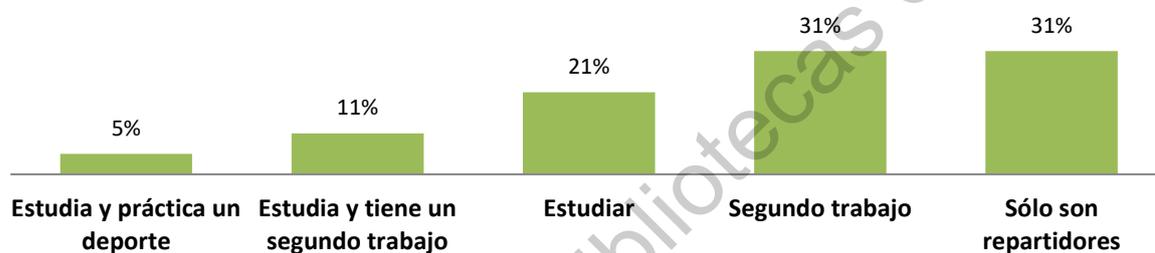
Figura 4. Medio de transporte usado



Fuente: elaboración propia (2020).

El 31% tiene un segundo trabajo, por lo que relacionándolo con la gráfica de número de horas diarias (Véase Figura 3. Tiempo dedicado al trabajo), donde un 31% que trabaja menos de 6 hrs. como repartidor dejando tiempo para ese segundo trabajo, o bien para poder estudiar, ya que al menos un 21% actualmente lo hace. Dejando así, a un 31% trabajando únicamente como repartidor, lo que se refleja en aquellos que están dados de alta más de dos apps.

*Figura 5. Actividad ajena al trabajo de repartidor*



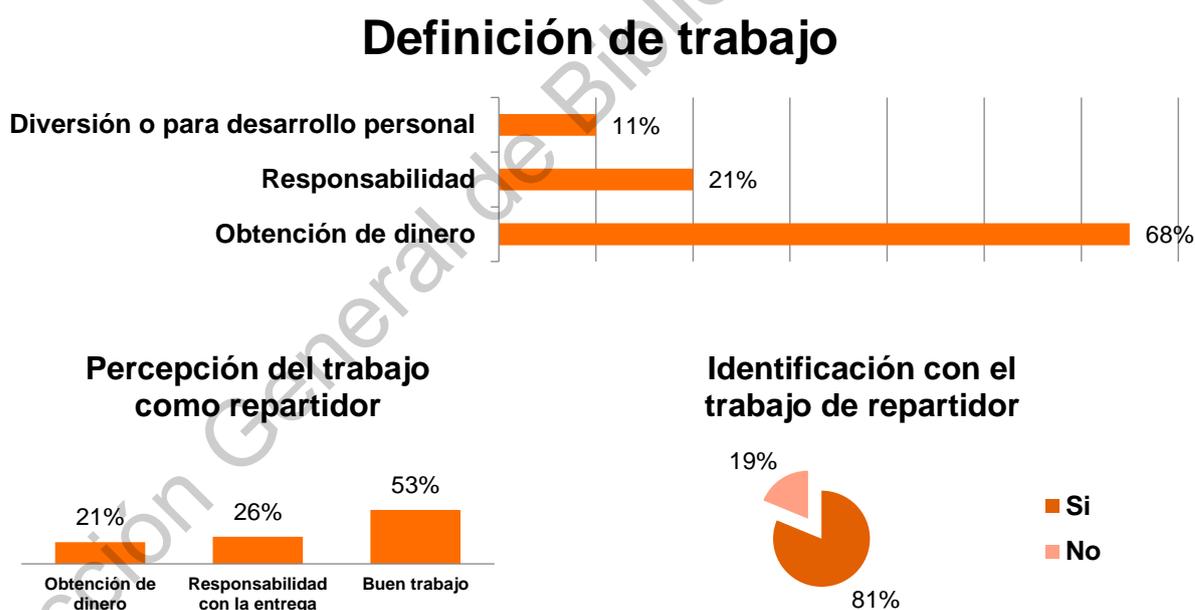
Fuente: elaboración propia (2020).

#### 4.1 Sobre el trabajo

En los resultados obtenidos, se observa que los repartidores consideran que el trabajo es cualquier tipo de actividad a realizar que tenga como resultado una remuneración. Sin embargo, se presentan dos casos en donde los repartidores consideran el trabajo como una actividad enriquecedora y fuente para el desarrollo y crecimiento personal (Véase Figura 6. Grupo de gráficas sobre el trabajo como repartidor). Los repartidores piensan en su trabajo como es agradable y divertido, consideran que el hecho de transportarse en motocicleta y tener atención con el cliente son la principal atracción de este empleo.

Opinan que es un trabajo sencillo de realizar, que no se presenta oportunidad de aburrimiento, pues a muchos de los repartidores les gusta andar en su motocicleta y el tener constante interacción con los clientes. Uno de los puntos a favor, y el cual es un punto más de atractivo a todos los repartidores, es que pueden elegir sus horarios y el tiempo de trabajo, sintiéndose sus propios jefes. Esto deriva en que un 68% no sólo se dedique a trabajar como repartidores, cuentan con un segundo trabajo, estudian o realizan alguna otra actividad (Véase Figura 5. Actividad ajena al trabajo de repartidor). Por lo que ven este trabajo solo como una fuente extra de ingresos, favorable por las condiciones del trabajo y el horario.

Figura 6. Grupo de gráficas sobre el trabajo como repartidor



Fuente: elaboración propia (2020).

Se puede observar que es más común pensar al trabajo como una actividad con la cual se puede obtener dinero. Y en cuanto a la percepción del trabajo de repartidor, la mitad cree que es un buen trabajo, y por ello un gran porcentaje se identificado con él.

## 4.2 Sobre el proceso del servicio

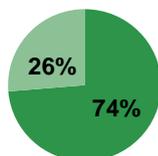
Se les pidió que describieran detalladamente el proceso del servicio que brindan como repartidores, el cual, según el compendio de respuestas, básicamente es este:

- 1) Conducir hasta que llega una alerta de un pedido al celular, se decide si aceptarlo o no, en caso de aceptarlo se debe ir al establecimiento.
- 2) Una vez en el establecimiento, preguntar al encargado por el pedido con el nombre del cliente o si se solicita, el ID del pedido. Depende del establecimiento, al estar listo el pedido, se firma la copia del ticket y se da inicio al viaje. Si no está listo, se debe esperar a que lo esté aproximadamente unos 5 a 20 minutos.
- 3) Al iniciar el viaje, se debe manejar con cuidado para mantener en buenas condiciones el pedido.
- 4) Si hay dudas, se debe contactar al cliente para pedir mayor precisión de la dirección o preguntar si gusta que se deje el pedido en la puerta o si requiere algo más.
- 5) Al llegar al domicilio, se notifica por medio de la app al cliente que ya puede salir por el pedido, o bien se le llama por teléfono. Si no responden, en la app se activa un cronometro que dura 10 minutos. Si el cliente no sale ni responde al menos tres llamadas y se termina ese tiempo, se cancela la entrega, el repartidor puede disponer del pedido y al cliente se le cobra el pedido.
- 6) Al ubicar al cliente, se le hace entrega de su pedido y se da por terminado el viaje, quedando a la espera de una siguiente notificación de pedido.

Dentro de ese proceso, las actividades de las que se hace responsable el repartidor son entregar el pedido con rapidez y eficacia en el sitio solicitado por el cliente, tratando en todo momento de mantener las mejores condiciones del pedido para evitar que llegue a su destino maltratado, lo cual puede convertirse en motivo de rechazo del pedido por parte del cliente al momento de recibirlo. Para que el repartidor cumpla correctamente este proceso entran varios factores en juego, como la eficacia de trabajo por parte del establecimiento encargado de preparar el pedido, puesto que si el repartidor llega y el pedido aún no está listo, el tiempo de espera retrasa la entrega, alargando la hora estimada del cliente para recibir su pedido, motivo posible de rechazo. Pero no sólo el establecimiento debe procurar preparar el pedido rápidamente, sino también deben poner atención en que se prepare tal cual el cliente solicita, ya que entregar un pedido con error también puede causar un rechazo (Véase Figura 7. Grupo de gráficas sobre el proceso de servicio). Otro factor es la distancia entre el establecimiento y el domicilio destino, pues el tráfico puede retrasar la entrega. También, la precaución del repartidor es fundamental, debe estar alerta para evitar sufrir accidentes.

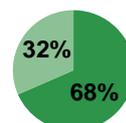
Figura 7. Grupo de gráficas sobre el proceso de servicio

#### Relación repartidor-restaurant



- Buena, rápida, educada
- Depende del establecimiento

#### Rechazos de pedidos



- Sí
- No

### Motivos de rechazos



Fuente: elaboración propia (2020).

En la primera gráfica, se puede observar que gran parte de los entrevistados consideran que la relación con los restaurantes es buena dentro de lo que cabe, ya que como ellos mencionan, es una relación rápida por el hecho de que cuando llegan sólo deben recoger el pedido e ir a entregar. En cuanto al tema de los rechazos de pedidos, la gran mayoría los ha vivido, pero conforme a la siguiente gráfica, eso no es precisamente por una mala acción de su parte, sino que es más frecuente que sea por motivos relacionados a un mal estado o condiciones inadecuadas del pedido a la hora de la entrega que puede venir desde la forma en como el restaurante embala el pedido.

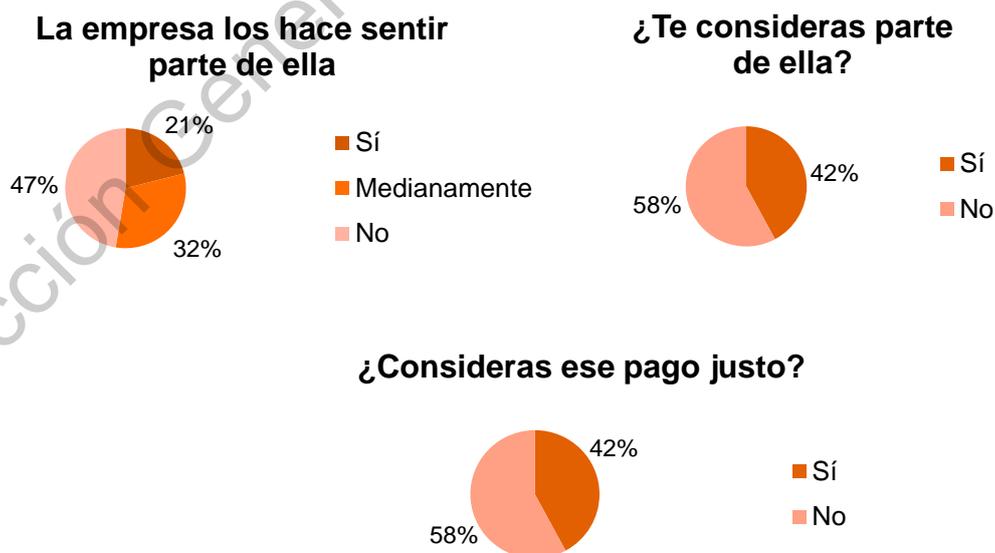
#### 4.3 Sobre la empresa

Los repartidores entrevistados consideran que la finalidad de la empresa primero que nada es tener ganancias monetarias, también se considera que su finalidad es cubrir las demandas por parte de los usuarios y poder ofrecer productos hasta la comodidad de tu casa. Existe en gran descontento por parte de los repartidores, pues la empresa no los hace sentir como parte de la misma, consideran que son trabajadores que en cualquier momento pueden ser remplazados por la organización (Véase Figura 8. Grupo de gráficas relacionadas a la empresa).

Los repartidores consideran que la forma en que son reclutados y el proceso de selección no es la apropiada, pues no hay formalismo. Además, mencionan que el equipo de trabajo (mochila) no es proporcionado por la empresa, es una herramienta que ellos tienen que comprar y su costo es alto. La empresa otorga los pagos semanales a los repartidores, ya dependerá si es en efectivo o por medio de depósito a una cuenta del trabajador. Esto depende por la forma de pago de los clientes al trabajador.

Existe una inconformidad por parte de los trabajadores, se debe a que no cuentan con seguro social sin importar que es un trabajo de alto riesgo por andar en motocicleta, no cuentan con ningún tipo de prestación por ley. Y aunque algunos trabajadores consideren que el pago por su servicio es el equivalente al tiempo y esfuerzo realizado, la mayoría opina que la empresa no siempre ofrece el mismo sueldo por la distancia y los viajes realizados.

Figura 8. Grupo de gráficas relacionadas a la empresa



Fuente: elaboración propia (2020).

Se puede observar que el hecho de que las empresas no llevan a cabo muchas acciones que hagan que los repartidores se sientan parte, ellos se sienten ajenos a estas, y aquellos que sí se sienten parte de, justifican que es más por el ambiente entre los repartidores, el gusto por andar en moto o sentir que sin ellos la empresa no ganaría dinero. En el tema del pago, es evidente que lo consideran bajo respecto a lo que representa y a los posibles riesgos a los que se enfrentan.

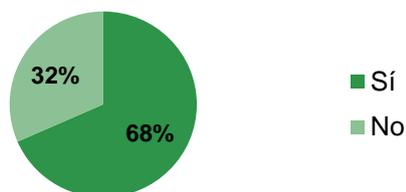
#### **4.4 Sobre las relaciones entre repartidores**

Los repartidores entrevistados perciben un alto grado de compañerismo entre ellos, sean conocidos entre sí o no, esto puede promover vínculos de amistad con los compañeros que vayan conociendo gracias al trabajo (Véase Figura 9. Grupo de gráficas relacionadas a la relación entre repartidores). Esto alienta que se genere una identidad en los repartidores con el colectivo en sí, la cual con base en las respuestas se puede explicar con el hecho de que entre ellos comparten condiciones, el gusto por el trabajo y experiencias similares, esto hace que se dé un apoyo y solidaridad ante problemas relacionados con el trabajo.

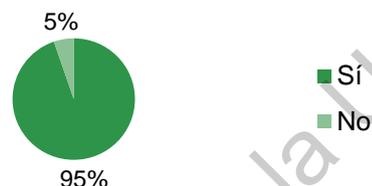
Esto se refleja extraoficialmente, por medio de los grupos creados en redes sociales como Facebook y Whatsapp de repartidores de delivery o en los pequeños grupos que se juntan en un mismo espacio ya sea para esperar alertas de pedidos, tomar un breve descanso o convivir. Un ejemplo de ello es el grupo de repartidores que se juntan a diario en la Plaza del Estudiante, a un lado de la UAQ en Tecnológico cerca de las 2 pm, donde se pueden encontrar a varios de estos repartidores conversando entre ellos.

Figura 9. Grupo de gráficas relacionadas a la relación entre repartidores

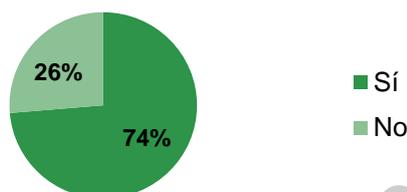
¿Consideras compañeros a los demás repartidores?



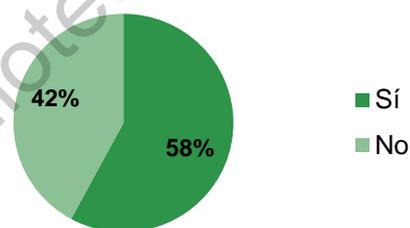
¿Hay amistad/compañerismo entre los repartidores conocidos?



¿Hiciste amigos gracias al trabajo?



Identidad con el colectivo



Fuente: elaboración propia (2020).

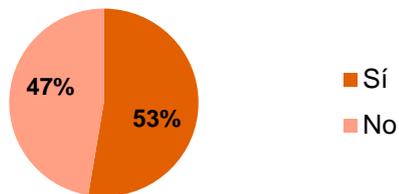
#### 4.5 Sobre la seguridad en el trabajo

Los repartidores entrevistados consideran que es un trabajo de alto riesgo, donde los principales accidentes son choques, caídas y atropellos por parte de otros conductores. El 53 % de los entrevistados han tenido accidentes en su trabajo (Véase Figura 10. Grupo de gráficas relacionadas a la seguridad). Sin embargo, la empresa en ningún caso se ha hecho responsable o brindado algún apoyo al repartidor. Los mismos repartidores conocen bastantes casos de accidentes que han ocurrido a miembros de la misma organización algunos de los más fuertes han llegado a ocasionar la muerte de los

trabajadores. Es muy interesante el apoyo que se tienen entre los repartidores, nos comentan que cuentan con grupos de whatsapp en donde la prioridad es la reacción ante accidentes que puedan llegar a ocurrir y así poder acudir al lugar y ofrecer algún tipo de apoyo a sus compañeros.

Figura 10. Grupo de gráficas relacionadas a la seguridad

**¿Has tenido un accidente?**



**Tipo de accidente**



Fuente: elaboración propia (2020).

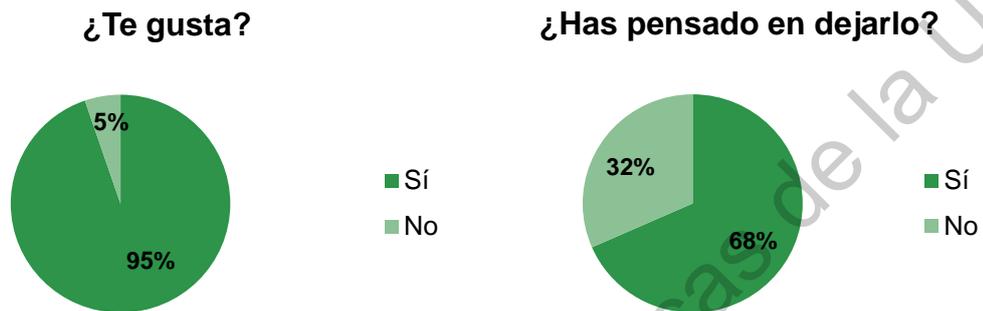
**4.6 Sobre la experiencia personal**

De los repartidores entrevistados, a más de la mayoría les agrada su trabajo (Véase Figura 11. Grupo de gráficas relacionadas a la experiencia propia), esto por diversos motivos entre los cuales resaltan la disponibilidad del tiempo para trabajar a propia voluntad y el gusto de andar en su moto/bici recorriendo la ciudad, esto nuevamente mencionando que esa disponibilidad les permitía hacer otras actividades como estudiar, tener otro trabajo, etc. Y en menor presencia, pero igual mencionado por más de uno, su experiencia es positiva por el gusto por el trato con las personas.

Sin embargo, a pesar de que si les gusta ser repartidores, poco más de la mitad de los entrevistados ha pensado en dejar de ser repartidor, esto muy probablemente

relacionado con el hecho de que ellos consideran sus ingresos insuficientes por realizar este trabajo y que hay un alto número de riesgos a los que se exponen diariamente durante su labor.

Figura 11. Grupo de gráficas relacionadas a la experiencia propia



Fuente: elaboración propia (2020).

Dirección General de Bibliotecas de la UAQ

## CAPÍTULO 5. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Se realizó el análisis centrado, principalmente, en los resultados obtenidos por medio del acercamiento presencial y semi presencial con los cinco colaboradores seleccionados, gracias a la aplicación de la entrevista semiestructurada. Este acercamiento, permitió establecer una mejor comunicación para conseguir más información, la cual se complementó con los resultados de la primera recopilación.

Para empezar, dentro de los datos obtenidos de la información sociodemográfica, los más relevantes son el 58% de entrevistados con un rango de edad de 18 a 24 años, evidenciando que hay más jóvenes adultos trabajando como repartidores, de los cuales la gran mayoría son hombres solteros. Este hecho puede entenderse por el tipo de trabajo que abre la oportunidad de manejar el tiempo a voluntad y el ingreso a pesar de no ser suficiente para jóvenes solteros se acomoda.

En los resultados de escolaridad, un 42% tienen o están cursando una licenciatura, lo cual sigue sustentando el supuesto de que hay más jóvenes como repartidores de delivery por la disponibilidad de tiempo que este trabajo les permite, dándoles la oportunidad de realizar sus actividades laborales sin descuidar la parte escolar, o cualquier otra actividad ajena a la propia del trabajo como repartidor. Lo anterior, se evidencia con el número de horas diarias que trabajan en estas plataformas, pues un 33% trabaja menos de 6 hrs. y sólo el 15% más de 8 hrs. y un 26% trabaja justo 8 hrs. Estos últimos dos porcentajes de repartidores son aquellos que se dedican más de lleno a este trabajo, dándose de alta en varias plataformas a la vez.

## 5.1 Sobre el trabajo

Nuevamente, sobresalió que los repartidores consideran este trabajo como algo disfrutable por detalles como: el gusto por el trato con clientes, la libertad de transportarse en motocicleta y una oportunidad de distraerse. Pero, resaltando que hay problemas que dificultan el desempeño. Mencionan el maltrato o falta de respeto por parte de los establecimientos, a la hora de la entrega del pedido, pues estos demoran más tiempo del establecido por la misma aplicación, como lo menciona uno de los entrevistados:

Según las políticas de Uber Eats, se tiene máximo 10 minutos para preparar el pedido, desde que se acepta el pedido, esto mientras llega el repartidor para poder tenerlo listo. Y muchos restaurantes no lo cumplen, específicamente los de sushi, se tardan más, entre 20-30 minutos. (Entrevistado 1, comunicación personal, 19 de enero de 2021)

Los entrevistados concuerdan con la observación a la plataforma de regular más el tiempo de preparación máximo para los establecimientos, para agilizar el proceso. También, como observación a la empresa, se tocó el tema del soporte lento e ineficiente de las plataformas para la resolución de problemas, en especial de Rappi. Esto se liga al soporte que les brindan en casos de accidentes, el cual es nulo. La empresa no les ofrece ninguna clase de apoyo si ellos sufren un accidente durante el desempeño de sus labores, por lo que concuerdan que la empresa debería mejorar esa parte, respaldándolos en esas situaciones, incluyendo algún tipo de seguro que los proteja.

El uso de un seguro, ya que nosotros no tenemos [...] Yo me accidente hace como un año, marque a la asistencia de Uber para accidentes, y me dijeron que

viera todo con mi seguro, ellos no hacen nada al respecto. (Entrevistado 1, comunicación personal, 19 de enero de 2021)

## 5.2 Sobre las relaciones entre repartidores

Una relación entre los repartidores, ya sea de compañerismo o de amistad, no se desarrolla fácilmente, influyen varios elementos. Los repartidores conviven, extraoficialmente, en zonas determinadas por ellos mismos, donde se encuentran un rato a esperar en lo que les cae un pedido. Pero, para que estos puedan relacionarse e identificarse con otros, debe existir un punto de encuentro, ya sea compartir una vivencia similar como repartidores, objetivos o metas parecidos, compromiso con hacer un buen trabajo, entre otros.

Se crearon grupos en Whatsapp y Facebook de repartidores de delivery, los cuales tienen el objetivo de formar una comunidad para poder apoyar y asistirse entre ellos en situaciones de problemas. El problema es que en estos grupos hay demasiada gente dentro, por lo que al final del día, se forman grupos más pequeños de repartidores que se vuelven más cercanos o que ya se conocían antes de entrar a estas plataformas, lo que resulta más factible para poder contar con unas cuantas personas en casos que lo requieran.

Con los que me junto de mi grupo me llevo bien. Nos intentamos apoyar en la medida de lo posible. Desde el hecho de si te atoraste con un pedido, yo te apoyo, o si tenemos algún accidente nos apoyamos. (Entrevistado 2, comunicación vía videollamada, 19 de enero de 2021)

Sí, hay grupos en Facebook y Whatsapp, donde luego avisan de algún problema, y te ayudan. A mí me paso, que se me rompió la cadena y avise, un compañero repartidor pasó por mí en su moto y me llevo hasta mi casa. (Entrevistado 3, comunicación personal, 19 de enero de 2021)

### **5.3 Sobre la percepción de la sociedad**

Los repartidores si consideran que los clientes reconocen positivamente el trabajo que están realizando, en especial, ahora con el actual confinamiento y restricciones sociales derivadas de la contingencia sanitaria por Covid-19. Pero, reconocen que existen sus excepciones, donde se topan con clientes nada amables, prepotentes y poco agradecidos.

Depende, si hay clientes que te agradecen, pero depende del humor de la persona. Ha habido casos, donde el cliente no está de humor y no te dan las gracias, o te hacen una maldad. (Entrevistado 4, comunicación personal, 20 de enero de 2021)

Sí, en estos momentos, con la cuarentena, la gente aprecia mucho este tipo de empleos. (Entrevistado 5, comunicación vía telefónica, 20 de enero de 2021)

En cuanto a la sociedad en general, hay reconocimiento hacía la labor que hacen, pero en ciertos contextos se nota el irrespeto hacía su persona y trabajo. En el traslado, se han encontrado con automovilistas que no cumplen con el reglamento vial y les provocan problemas o situaciones molestas por el simple hecho de ser motociclistas.

Hay mucha gente que para empezar por el hecho de ser motociclista ya es un punto negativo. Piensan que manejamos horrible y donde te llegan a encontrar te

avientan el carro. (Entrevistado 2, comunicación vía videollamada, 19 de enero de 2021)

No del todo, hay gente que no valora porque se creen superiores al repartidor.

Pero, igual hay gente amable que te trata muy bien. Y en el caso del restaurante, hay unos que te tratan bien, pero hay otros que te hacen esperar a propósito el pedido. Hay veces que tú llegas, y apenas empiezan a preparar la comida.

(Entrevistado 3, comunicación personal, 19 de enero de 2021)

#### **5.4 Sobre la identidad**

La razón por la que se identifican con este trabajo, no es por el trabajo en sí mismo, sino por el gusto de ayudar o tratar con la gente, el transportarse en motocicleta y conocer. Aunque algo que se menciona, en más de una ocasión, es que este trabajo lo ven como algo transicional, no piensan hacer esto por mucho tiempo. Están en este trabajo por la ventaja de la disponibilidad de horario, que les permite enfocarse en su prioridad que puede ser el estudio u otro trabajo.

En parte sí, pero como no es a lo que verdaderamente me voy a dedicar pues no.

Me gusta ayudar a la gente, en eso si me identifico. (Entrevistado 3, comunicación personal, 19 de enero de 2021)

En cuanto al colectivo de repartidores, como se menciona arriba, sólo se identifican con aquellos con los que comparten experiencias, objetivos o compromiso con el trabajo, fuera de esos factores sólo se ven como compañeros que trabajan en la misma aplicación.

No, yo creo que depende. Por ejemplo, en el grupo donde estamos, no es obligatorio que ayudes a los demás, es más compañerismo [...] De identificarme, sólo es con algunos, los más cercanos. (Entrevistado 4, comunicación personal, 20 de enero de 2021)

Con algunos sí, así como que algunos decimos “si trabajo con este fin”, con algunos otros no me gusta la forma en la que trabajan. (Entrevistado 2, comunicación vía videollamada, 19 de enero de 2021)

### **5.5 Sobre la perspectiva personal**

En cuanto a su valoración sobre lo que este trabajo les ha podido aportar en el ámbito personal y laboral, se mencionan la mejora del trato con personas, la paciencia, aprender de otros trabajos que pueden serles de ayuda en un futuro, apertura a nuevas experiencias, etc.; teniendo como resultado una clara transformación de cuando se iniciaron como repartidores a día de hoy.

Nada más en lo económico. En lo personal de ningún tipo. No hay cursos de nada, como relaciones humanas para tratar a la gente o cosas así. Dan cursos, pero nada como algo que ayude a superarse o en la vida en general.

(Entrevistado 5, comunicación vía telefónica, 20 de enero de 2021)

Sí, en lo personal. Me he vuelto más amable y paciente, sé tratar más con la gente. Y laboralmente, tengo más experiencia en saber más cosas, que ayudan si necesitas trabajo. (Entrevistado 3, comunicación personal, 19 de enero de 2021)

La expectativa laboral a largo plazo de los entrevistados no incluye en su panorama seguir trabajando como repartidores. Cada uno tiene ambiciones alejadas a

este trabajo, desde buscar desempeñarse en su carrera universitaria hasta tener su propio negocio de reparto. Como se menciona arriba, este trabajo sólo es temporal en lo que terminan de estudiar o cuando la situación les permita acceder a otras oportunidades laborales.

No es algo a lo que me voy a dedicar, si me gusta, pero así que tú digas al salir de la escuela, me seguiré dedicando a esto no. Por ahora solo es un apoyo, ya sea que me dé de baja o lo deje para fines de semana. Al terminar mis estudios, quisiera hacer otra cosa. (Entrevistado 1, comunicación personal, 19 de enero de 2021)

Dirección General de Bibliotecas de la UAQ

## CONCLUSIONES

Con base en los resultados obtenidos, podemos concluir que el trabajo en estas plataformas es, en su mayoría, de agrado para los repartidores, puesto que expresan que les resulta una actividad que disfrutan por varias razones como: la libertad en el manejo de sus tiempos, la movilidad en su medio de transporte, el trato con los clientes, la distracción que les permite andar de un lado a otro por toda la ciudad, etc. Sin embargo, hay algunos aspectos del trabajo con los que no se encuentran conformes, como lo son ciertos procedimientos relacionados con la salida de los pedidos del establecimiento, ya que la realización del pedido demora más del tiempo establecido, causando problemas de tiempo al repartidor, y por ende, generando conflictos con el cliente.

Por otro lado, existe un descontento muy marcado, por la falta de prestaciones que trae consigo este trabajo, puesto que al no ser un requisito el contrato que establezca una relación laboral entre ambas partes, la empresa no está obligada a ofrecer ninguna clase de prestaciones de ley. En especial, a los repartidores les pesa la falta de un seguro médico, ya que su trabajo implica un alto riesgo de sufrir accidentes. Quienes han tenido un accidente o conocen compañeros que pasaron por esa situación, al reportarlo al soporte de la plataforma, realmente no consiguen nada, la empresa no se hace responsable.

En cuanto a las relaciones interpersonales entre repartidores, se evidencia que existe una relación buena en lo general, donde se tiene claro que debe separarse el trabajo de las relaciones de amistad. Los repartidores tienen puntos de encuentro, donde pueden ir a convivir mientras esperan a que les caiga un pedido. Así como también, hay

grupos en redes sociales como Facebook y Whatsapp, con el fin de tener un medio de comunicación que sirva como apoyo entre ellos. A pesar de lo anterior, los repartidores no se relacionan mucho, el mismo trabajo no se los permite, cuando se encuentran en los establecimientos o en el camino, no cuentan con el tiempo suficiente para poder hablar. Es por eso, que aquellas relaciones de amistad entre repartidores se dan gracias a que ellos ya se conocían de tiempo atrás, o bien, cuando comparten gustos, intereses y objetivos encuentran un punto donde pueden identificarse entre ellos. Sin embargo, si hay un cierto nivel de compañerismo, ya que aunque algunos repartidores se centran plenamente en su labor, y no buscan relacionarse con los compañeros, no descartan que, en caso de alguna movilización para exigir algún derecho a la empresa, formarían parte de.

Del lado de la prestación del servicio, como en todo trabajo de esa naturaleza, habrá clientes que se mostrarán agradecidos con el servicio recibido y otros tantos que, ya sea por cuestiones personales u otras razones, no reaccionarán igual de agradecidos, siendo menos amables e indiferentes con el repartidor. Actualmente, por las condiciones derivadas de la contingencia sanitaria por Covid-19, un sector de la población ve este servicio como algo necesario dentro sus vidas diarias, por lo que son las más agradecidas y quienes sí reconocen el esfuerzo por parte de los repartidores. Este aspecto no representa gran problema para los repartidores, fuera de algunas situaciones desagradables o molestas que han llegado a vivir, pero son conscientes que son parte del trabajo.

Respecto a la identidad individual de los repartidores, la mayoría sí se siente identificada con el trabajo, pero no por la actividad en sí misma, sino por las

características que componen al trabajo, anteriormente mencionadas, como: la libertad en el manejo de sus tiempos, la movilidad en su medio de transporte, el trato con los clientes, la distracción que les permite andar de un lado a otro por toda la ciudad, etc. En cuanto a la identidad colectiva, existe, pero siempre y cuando se cumpla el aspecto antes mencionado, el cual es que los repartidores se encuentran con otros con quienes comparten los mismos intereses personales y profesionales.

Finalmente, en su mayoría, tienen muy claro que este trabajo como repartidores es pasajero, no es algo a lo que pretendan dedicarse por mucho tiempo. Quienes son estudiantes, optan por trabajar en estas plataformas por la disponibilidad del horario, lo que les resulta cómodo y se ajusta para no descuidar los estudios, mientras realizan una actividad que les ofrezca un ingreso. Muchos otros, trabajan en estas plataformas por la gran tasa de desempleos que hay en México hoy en día, y con los problemas que la contingencia ha generado, este trabajo resulta como una opción aceptable para seguir generando ingresos. Es de reconocer que algunos repartidores declaran que este trabajo ha aportado conocimiento y habilidades beneficiosas a largo plazo, han adquirido aptitudes que mejoran su trato con el cliente, tienen más paciencia y sentido de responsabilidad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acedo, L. & Castillo, R. (2020). Trabajos precarios y el Covid-19: repartidores de plataformas digitales. *CISS Conferencia Interamericana de Seguridad Social*.  
[https://ciss-bienestar.org/wp-content/uploads/2020/04/trabajos\\_precarios\\_y\\_el\\_covid19\\_repartidores\\_de\\_plataformas\\_digitales.pdf](https://ciss-bienestar.org/wp-content/uploads/2020/04/trabajos_precarios_y_el_covid19_repartidores_de_plataformas_digitales.pdf)
- Álvarez-Altamirano, I. (2019). *La falta de regulación de las sociedades de economía compartida en México*. [Tesina, Universidad Iberoamericana Puebla].  
Repositorio Institucional.  
<https://repositorio.iberopuebla.mx/handle/20.500.11777/4423>
- Álvarez-Gayou, J. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. Editorial Paidós.  
<http://www.derechoshumanos.unlp.edu.ar/assets/files/documentos/como-hacer-investigacion-cualitativa.pdf>
- Álvaro, J. & Garrido, A. (2006). Trabajo, ocupación y bienestar. En: A. Garrido. (Ed.), *Sociopsicología del trabajo* (pp. 99-132). Editorial UOC.
- Asociación Mexicana de Venta Online (2020). Reporte 4.0 Impacto Covid-19 en Venta Online en México. [https://www.amvo.org.mx/wp-content/uploads/2020/09/AMVO\\_Estudio4.0\\_ImpactoCOVID19\\_VP%C3%BAblica.pdf](https://www.amvo.org.mx/wp-content/uploads/2020/09/AMVO_Estudio4.0_ImpactoCOVID19_VP%C3%BAblica.pdf)
- Asociación Mexicana de Venta Online (2020). Reporte 5.0 Impacto Covid-19 en Venta Online en México. [https://www.amvo.org.mx/wp-content/uploads/2020/11/AMVO\\_Estudio5.0\\_ImpactoCOVID19\\_P%C3%BAblica.pdf](https://www.amvo.org.mx/wp-content/uploads/2020/11/AMVO_Estudio5.0_ImpactoCOVID19_P%C3%BAblica.pdf)

- Avendaño, S. (2019, noviembre 13). ¿Cuánto gana un conductor de Rappi en la CDMX? *UnoCero*. <https://www.unocero.com/software/apps/como-es-ser-conductor-de-rappi-en-la-cdmx/>
- Basch, M. (2018, agosto 14). El caso rappitenderos: la crisis de identidad del microempresario precarizado. *El plan C*. <http://elplanc.net/rappitenderos-delicias-del-microempresario-precarizado/>
- Bensusán, G. & Florez, N. (2020). Cambio tecnológico, mercado de trabajo y ocupaciones emergentes en México. *Documentos de Proyectos (LC/TS.2020/119)*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/46181-cambio-tecnologico-mercado-trabajo-ocupaciones-emergentes-mexico>
- Bonhomme, M., Arriagada, A. & Ibáñez, F. (2020, abril 02). La otra primera línea: COVID-19 y trabajadores de plataformas digitales. *Ciper Académico*. <https://n9.cl/g5ai>
- Caamaño, E. (2005). Las transformaciones del trabajo, la crisis de la relación laboral normal y el desarrollo del trabajo atípico. *Revista de Derecho*, 18 (1), 25-53.
- Correa, M. (2011). Modelos de producción y flexibilidad laboral: un análisis desde los postulados de Enrique de la Garza. *Visión Gerencial*, (2), 283-294. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545891010>
- Da Rosa, S., Chalfin, M., Baasch, D. & Soares, J. (2011). Sentidos y significados del trabajo: un análisis con base en diferentes perspectivas teórico-epistemológicas en Psicología. *Universitas Psychologica*, 10(1), 175-188. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64719284015>
- Dávila, J. (2020). Trabajadores de las plataformas digitales y el derecho a la seguridad social en México: caso Uber. *Cielo Laboral*, (10).

[http://www.cielolaboral.com/wp-content/uploads/2020/11/davila\\_noticias\\_cielo\\_n10\\_2020.pdf](http://www.cielolaboral.com/wp-content/uploads/2020/11/davila_noticias_cielo_n10_2020.pdf)

De la Garza, E., Garabito, G., Hernández, J. & Rodríguez, J. (s.f). Capítulo VII: El Trabajo no clásico y la expansión de los conceptos de producción, de control, de relación laboral y de construcción social de la ocupación.

<http://www2.izt.uam.mx/sotraem/Documentos/LibroDebate/7.pdf>

De la Garza, E. (2000). La flexibilidad del trabajo en América Latina. En E. De la Garza (Ed.), *Tratado Latinoamericano de Sociología del Trabajo* (pp.148-177). Fondo de Cultura Económica. Universidad Autónoma Metropolitana. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. El Colegio de México.

<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/51932.pdf>

\_\_\_\_\_ (2001). Problemas clásicos y actuales de la crisis del trabajo. En E. De la Garza y J. Neffa (Eds.), *El futuro del trabajo. El trabajo del futuro*. CLACSO.

<http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20101102085140/garza.pdf>

\_\_\_\_\_ (2009). Hacia un Concepto Ampliado de Trabajo. En J. Neffa, E. De la Garza y L. Muñiz, *Trabajo, empleo, calificaciones profesionales, relaciones de trabajo e identidades laborales*, Vol. I (pp. 111-140). CLACSO.

\_\_\_\_\_ (2011). *Trabajo no clásico, organización y acción colectiva Tomo I*. Plaza y Valdés Editores.

<http://www2.izt.uam.mx/sotraem/NovedadesEditoriales/Trabajonoclasico.pdf>

\_\_\_\_\_ (2012). El trabajo no clásico y la ampliación de los conceptos de la Sociología del Trabajo.

<http://sgpwe.izt.uam.mx/pages/egt/congresos/ElTrabajonoclasico.pdf>

\_\_\_\_\_ (2013). Trabajo no clásico y flexibilidad. *Caderno CRH*, 26(68), 315-33.

[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-49792013000200007](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-49792013000200007)

\_\_\_\_\_ (2017). Los Estudios Laborales en América Latina al inicio del siglo XXI.

*Algarrobo-MEL*, (5).

<http://revistas.uncu.edu.ar/ojs/index.php/mel/article/view/924>

Del Bono, A. (2019). Trabajadores de plataformas digitales: Condiciones laborales en plataformas de reparto a domicilio en Argentina. *Cuestiones De Sociología*, (21).

<https://www.cuestionessociologia.fahce.unlp.edu.ar/article/view/CSe083/11631>

Dinegro, A. (2020). Capitalismo de plataformas: mi jefe es una App. *Espiral*, 2(3), 123 - 131.

<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/espiral/article/view/18452/15692>

Tu Dinero (2019, octubre 03). ¿Uber Eats o Rappi?, te decimos las diferencias de trabajar en cada una. *Dinero en Imagen*. [https://www.dineroenimagen.com/tu-](https://www.dineroenimagen.com/tu-dinero/uber-eats-o-rappi-te-decimos-las-diferencias-de-trabajar-en-cada-una/106550)

[dinero/uber-eats-o-rappi-te-decimos-las-diferencias-de-trabajar-en-cada-una/106550](https://www.dineroenimagen.com/tu-dinero/uber-eats-o-rappi-te-decimos-las-diferencias-de-trabajar-en-cada-una/106550)

Dubar, C. (2001). El trabajo y las identidades profesionales y personales. *Revista*

*Latinoamericana de Estudios del Trabajo*, 7(13), 5-16.

<https://vdocuments.site/dubar-2001-el-trabajo-y-las-identidades-profesionales-y-personales.html>

Dubar, C. (2002). *La crisis de las identidades. La interpretación de una mutación*.

Ediciones Bellaterra.

Excelsior (2016, octubre 06). Llega Uber Eats a la Ciudad de México. *Excelsior*.

<https://www.excelsior.com.mx/hacker/2016/10/06/1120939>

- Feix, N. (2020). Nota Técnica País. México y la crisis de la COVID-19 en el mundo del trabajo: respuestas y desafíos. [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---ilo-mexico/documents/publication/wcms\\_757364.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---ilo-mexico/documents/publication/wcms_757364.pdf)
- Flores, F. (2020, noviembre 18). Querétaro, segunda entidad con mayor desempleo: Inegi. *El Universal Querétaro*.  
<https://www.eluniversalqueretaro.mx/cartera/queretaro-segunda-entidad-con-mayor-desempleo-inegi>
- Garabito, G. (2014). El trabajo en la identidad y la identidad en el trabajo. En Coronado, J. (Ed.), *Transformaciones sociales*. Cuadernos Desarrollo y Territorio CATS y DT, (3), 29-40.  
[https://www.researchgate.net/profile/Daniel\\_Zamora2/publication/343904643\\_El\\_mercado\\_y\\_el\\_banco\\_de\\_agua\\_como\\_instrumentos\\_para\\_la\\_asignacion\\_del\\_agua/links/5f4742b1458515a88b706cab/El-mercado-y-el-banco-de-agua-como-instrumentos-para-la-asignacion-del-agua.pdf#page=30](https://www.researchgate.net/profile/Daniel_Zamora2/publication/343904643_El_mercado_y_el_banco_de_agua_como_instrumentos_para_la_asignacion_del_agua/links/5f4742b1458515a88b706cab/El-mercado-y-el-banco-de-agua-como-instrumentos-para-la-asignacion-del-agua.pdf#page=30)
- Hernández, Y. & Galindo, R. (2016). Modelo de gestión del servicio de transporte UBER. ¿Quién pierde y quién gana? *Espacios Públicos*, 19(47), 157-175.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67650281008>
- Hidalgo, K. & Valencia, B. (2019). *Entre la precarización y el alivio cotidiano. Las plataformas Uber Eats y Glovo en Quito*. Friedrich-Ebert-Stiftung (FES-ILDIS).  
<http://library.fes.de/pdf-files/bueros/quito/15671-20200311.pdf>
- Irigaray, J. (2020, julio 09). Economía colaborativa: qué es, beneficios e inconvenientes. *EAE Bussines School*. <https://retos-directivos.eae.es/que-es-la-economia-colaborativa-y-cuales-son-sus-beneficios/#>
- Kossoy, A. (2009). *La construcción de la identidad social: cuestiones metodológicas para su análisis*. Acta Académica del XXVII Congreso de la Asociación

- Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. <https://cdsa.aacademica.org/000-062/1169.pdf>
- Luna, A. (2019, julio 24). Reparto seguro: La historia no contada por los repartidores de Uber Eats y Rappi. *Forbes México*. <https://www.forbes.com.mx/reparto-seguro-la-historia-no-contada-por-los-repartidores-de-uber-eats-y-rappi/>
- Martínez, D. (2020, noviembre 23). Entregas a domicilio impulsan a restaurantes durante pandemia. *Milenio*. <https://www.milenio.com/negocios/entregas-a-domicilio-impulsan-a-restaurantes-durante-pandemia>
- Mercado, A. & Hernández, A. (2010). El proceso de construcción de la identidad colectiva. *Convergencia*, 17(53), 229-251.  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-14352010000200010](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352010000200010)
- Muñoz, R. (2019, enero 31). Los peligros de la economía colaborativa. *El Mostrador*. <https://www.elmostrador.cl/mercados/2019/01/31/los-peligros-de-la-economia-colaborativa/>
- Neffa, C. (1999). Actividad, trabajo y empleo: algunas reflexiones sobre un tema en debate. *Orientación y Sociedad*, 1, 127-162.  
[http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.2956/pr.2956.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.2956/pr.2956.pdf)
- Negri, S. (2019). *¿Cómo es trabajar en una plataforma de delivery? - aproximaciones de una investigación preliminar*. Acta Académica de XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.  
<http://cdsa.aacademica.org/000-023/181.pdf>
- Noguez, R. (2021, enero 04). Se multiplican repartidores de Rappi, Didi y Uber por pandemia. *Forbes México*. <https://www.forbes.com.mx/negocios-rappi-didi-uber-socios-pandemia/>

- Observatorio Laboral de la Universidad del Rosario, el Centro de Solidaridad, Defens & la Escuela Nacional Sindical (2019). Encuesta para trabajadores y trabajadoras de Rappi. <https://www.urosario.edu.co/Documentos/Nova-Et-Vetera/Encuesta-completa-rappitenderos-Observatorio-Labor.pdf>
- Orozco, F. (2020, mayo 01). Aumentan los pedidos y el número de repartidores que se suman al uso de aplicaciones para entregar todo tipo de productos. *Am Querétaro*. <https://amqueretaro.com/queretaro/2020/05/01/repartidores-se-lajuegan-ante-el-trafico-y-el-covid-19/>
- Reveles, A. (2020). Estudios Fintonic: Cae 74% consumo en restaurantes por coronavirus; en apps sube hasta 80%. *Fintonic*. <https://blog.fintonic.mx/estudios-fintonic-consumo-apps-comida-durante-covid-19/>
- Scholz, T. (2016). *Cooperativismo de plataforma: Desafiando la economía colaborativa corporativa*. Dimmons. [http://dimmons.net/wpcontent/uploads/2016/05/maq\\_Trebor-Scholz\\_COOP\\_PreF\\_DP.pdf](http://dimmons.net/wpcontent/uploads/2016/05/maq_Trebor-Scholz_COOP_PreF_DP.pdf)
- Stecher, A. (2013). Un modelo crítico-interpretativo para el estudio de las identidades laborales. Contribuciones a la investigación psicosocial sobre trabajo y subjetividad en América Latina. *Universitas Psychologica*, 12 (4), 1311-1324. <http://www.scielo.org.co/pdf/rups/v12n4/v12n4a24.pdf>
- Uber Eats blog (2018). Qué necesitas para ser Socio Repartidor con Uber Eats. <https://www.ubereats.com/blog/es-MX/que-necesitas-para-ser-socio-repartidor-con-uber-eats/>
- Uber (s.f). Ofertas exclusivas para socios repartidores. <https://www.uber.com/es-MX/drive/resources/beneficios->

[repatidores/?\\_ga=2.145081396.1840936904.1579239884-](#)

[1001719235.1579239884](#)

Viedma, A. (2020). Proposición con punto de acuerdo por el que se exhorta al gobierno de México a promover condiciones dignas para repartidoras y repartidores de plataformas digitales, en el contexto de la pandemia del Covid-19.

(Proposiciones de ciudadanos legisladores). Gaceta del Senado LXIV/2SR-17.

[https://www.senado.gob.mx/64/gaceta\\_comision\\_permanente/documento/10867](https://www.senado.gob.mx/64/gaceta_comision_permanente/documento/10867)

9

Dirección General de Bibliotecas de la UAQ

## ANEXOS

### Anexo 1. Guía de entrevista estructurada

**Nombre:** \_\_\_\_\_

**Edad:** \_\_\_\_\_ **Género:** \_\_\_\_\_

**Escolaridad:** \_\_\_\_\_ **Estado civil:** \_\_\_\_\_

**App en la que trabajas:** \_\_\_\_\_

**Tiempo en la app:** \_\_\_\_\_

**Número de horas en las que trabajas a diario:** \_\_\_\_\_

**Medio de transporte que usas:** \_\_\_\_\_

**Propio o rentado:** \_\_\_\_\_

**¿Haces alguna otra actividad aparte de ser repartidor? ¿Cuál?**

\_\_\_\_\_

#### *Sobre el concepto de trabajo*

1. Define lo que para ti es el trabajo.
2. ¿Qué piensas al respecto de tu labor como repartidor?
3. ¿Te sientes identificado con tu trabajo actual? ¿Por qué?
4. En caso de que no sea con el trabajo ¿Hay algo con lo que puedas identificarte al realizar tu trabajo de repartidor?

#### *Sobre el proceso del servicio/la actividad en sí*

5. Describe detalladamente cómo es el proceso del servicio que brindas.
6. ¿Cómo es la organización entre tú como repartidor y el restaurante a la hora de que llegas por un pedido?
7. ¿Qué actividades te corresponden como repartidor?

8. ¿Cuáles son los elementos fundamentales para llevar a cabo esas actividades?
9. ¿Qué responsabilidades y obligaciones te corresponden como repartidor?
10. ¿Qué diferencia hay cuando el cliente paga en efectivo a cuando paga con tarjeta?
11. ¿Cuál es el procedimiento en caso de que tú ya vayas en camino con el pedido y el cliente lo cancele?
12. ¿Qué consecuencia hay si tú eres quien cancela el pedido?
13. ¿Cuál es el procedimiento en caso de que te rechacen un pedido al momento de entregarlo?
14. ¿Alguna vez te han rechazado un pedido?
15. En caso afirmativo a la pregunta anterior ¿Por qué fue el rechazo?

#### *Sobre la empresa*

16. ¿Cuál crees que es la finalidad de la empresa?
17. La empresa ¿Los hace sentirse parte de ella?
18. ¿Te consideras parte importante de la empresa? ¿Por qué?
19. ¿Cuál es la dinámica a la hora de contratación?
20. ¿Cómo adquieres la mochila de la empresa?
21. ¿Cuál es la forma en la que te pagan? (efectivo o por depósito).
22. ¿Cada cuando te pagan?
23. ¿Consideras que lo que ganas corresponde con el trabajo que haces? ¿Por qué?
24. ¿Cuentas con seguro social?
25. ¿Cuentas con prestaciones de ley?
26. ¿La empresa tiene algún punto donde tú puedas ir en persona a checar alguna situación particular?

#### *Sobre las relaciones entre repartidores*

27. ¿Consideras que los otros repartidores son tus compañeros de trabajo? ¿Por qué?
28. ¿Cómo consideras que es la relación entre repartidores?
29. ¿Existe una relación de amistad o compañerismo con los repartidores que conoces?
30. ¿Tienes amigos repartidores que hayas conocido gracias al trabajo?
31. ¿Te identificas con el colectivo de los repartidores de la empresa? ¿Por qué?
32. Ante injusticias ya sea por parte de la empresa, por algún restaurante o cualquier otra ¿Se han unido para conseguir una solución?
33. En caso afirmativo a la pregunta anterior, cuéntanos si conoces algún caso donde se hayan unido los repartidores para exigir algo y si tú formaste parte.

*Sobre la seguridad en el trabajo*

34. ¿Cuáles son los riesgos que se presentan al realizar tus actividades?
35. ¿Has tenido algún accidente en el trabajo?
36. En caso afirmativo a la pregunta anterior ¿Cómo sucedió?
37. En caso de hayas contestado la pregunta anterior ¿Se hizo cargo la empresa?  
¿De qué manera?
38. ¿Conoces a algún repartidor que haya sufrido un accidente mientras trabajaba?  
¿Cuál fue su accidente?
39. En caso afirmativo a la pregunta anterior ¿La empresa se hizo cargo del accidente?

*Sobre la experiencia personal*

40. ¿Cuál es tu experiencia en general siendo repartidor?
41. ¿Te gusta ser repartidor? ¿Por qué?
42. ¿Alguna vez has pensado dejar de ser repartidor?
43. ¿Cuáles son los problemas que detectas en este trabajo?

Dirección General de Bibliotecas de la UAQ

## Anexo 2. Guía de entrevista profunda

Nombre: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_ Género: \_\_\_\_\_

Escolaridad: \_\_\_\_\_ Estado civil: \_\_\_\_\_

App en la que trabajas: \_\_\_\_\_

Número de horas en las que trabajas a diario: \_\_\_\_\_

Medio de transporte que usas: \_\_\_\_\_

Propio o rentado: \_\_\_\_\_

¿Haces alguna otra actividad aparte de ser repartidor? ¿Cuál?

\_\_\_\_\_

### *Sobre el trabajo y la empresa*

1. ¿Qué piensas sobre tu trabajo como repartidor?
2. En cuanto al proceso que realizas ¿Consideras que está bien estructurado?
3. ¿Consideras que la organización entre los repartidores y el establecimiento es la más adecuada? ¿Por qué?
4. ¿Harías alguna recomendación a la empresa respecto a las condiciones en las que trabajas? ¿Cuáles serían?
5. ¿Qué hace la empresa para hacerlos sentir parte de ella? ¿Crees que funciona?
6. Las oficinas de la empresa ¿Te brindan el apoyo necesario?
7. ¿Cuáles consideras que son los riesgos a los que te expones como repartidor?
8. ¿Consideras que la empresa debería de involucrarse más en caso de accidentes o problemas que sufran los repartidores durante el trabajo?

9. ¿Consideras que tu esfuerzo ha tenido retribución justa por el trabajo que realizas?

*Sobre las relaciones entre repartidores*

10. ¿Cómo describirías tu relación con los compañeros repartidores?
11. ¿Tienes relación de amistad con otros repartidores que conocieras trabajando?
12. ¿Consideras que tus compañeros están comprometidos a hacer un trabajo de calidad?
13. ¿Existe algún grupo de apoyo entre repartidores de manera externa a la empresa?

*Sobre la percepción de la sociedad*

14. Cuando entregas un pedido ¿El cliente reconoce o valora el trabajo realizado?
15. Respecto a la sociedad en general ¿Consideras que es apreciado el trabajo que los repartidores realizan? ¿Por qué?
16. ¿Dirías que el repartidor es respetado durante su labor?

*Sobre la identidad*

17. ¿Te sientes identificado con este trabajo? ¿Por qué?
18. ¿Te identificas con el colectivo de los repartidores de la empresa en la que trabajas? ¿Por qué?
19. ¿Sientes que tu trabajo está aportando la satisfacción necesaria para el cumplimiento de tu desarrollo personal y profesional?

*Sobre la perspectiva personal*

20. Del momento en el que entraste a la plataforma al día de hoy ¿Puedes observar alguna transformación en ti, sea esta laboral o personal?

21. ¿Cuáles son tus expectativas a largo plazo en el ámbito laboral?

Dirección General de Bibliotecas de la UAQ

### Anexo 3. Consentimiento informado

#### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Querétaro, Qro. a \_\_\_\_ del \_\_\_\_\_ del 2021

Yo \_\_\_\_\_ acepto participar de manera consecuyente, libre y voluntaria como colaborador(a) del proceso de recolección de datos para el trabajo de investigación que los estudiantes Samantha Carrera Gómez y César Hernández Salinas realizan con fines académicos, así como estoy enterado(a) del uso que tendrá la información por mí suministrada. Siendo consciente que se respetara la buena fe, confiabilidad e intimidad de dicha información. Doy consentimiento de ser grabado durante la entrevista y que el material sea parte de la investigación, con la confidencialidad que amerita su trato. Soy conocedor(a) de la autonomía suficiente que poseo para retirarme u oponerme a mi participación en el trabajo de investigación, cuando lo estime conveniente y sin necesidad de justificación alguna.

---

Firma del colaborador(a)

---

Firma investigadora

---

Firma investigador