

# Construcción identitaria en trabajadores de *delivery* en Santiago, Chile

## *Identity construction in delivery workers of Santiago, Chile*

---

Recepción: 5 de enero de 2023 / Aceptación: 11 de abril de 2023

Carlos Díaz Cánepa<sup>1</sup>  
Cristina Ortiz Peredo<sup>2</sup>  
Lisbeth Suárez Garrido<sup>2</sup>  
Valentina Huerta Silva<sup>2</sup>  
Macarena Villalobos Zapata<sup>2</sup>

DOI: <https://doi.org/10.54255/lim.vol12.num23.707>

### Resumen

La pandemia COVID-19 y el confinamiento asociado, produjo un aumento significativo en la demanda de sus servicios con base en plataformas virtuales, conocidos como trabajos *gig*, destacando la entrega de alimentos. Esta investigación explora la identidad y la identificación organizacional de este grupo de trabajadores *gig* a través de la metodología cualitativa, realizando entrevistas semiestructuradas a 14 repartidores de alimentos, que laboran para diferentes empresas del rubro. Consistentemente con lo reportado por la literatura, los hallazgos muestran que la identidad organizacional y de rol laboral tiende a ser situacional, fugaz y transaccional, y la valoración del trabajo, ambivalente. La presencia de artefactos asociados al trabajo juega igualmente un rol en las identificaciones con el rol y con las plataformas virtuales para las que laboran. Se concluye a grandes rasgos que la flexibilidad y la desregulación laborales resultan perjudicial para la identificación laboral y organizacional.

*Palabras clave:* trabajadores *gig*, trabajo flexible, *delivery*, identidad

---

1 Doctor en Psicología, Académico del Departamento de Psicología, FACS, Universidad de Chile, Av. Capitán Ignacio Carrera Pinto 1045, Ñuñoa, Santiago de Chile, CP: 7800284. Correo electrónico: [carldiaz@uchile.cl](mailto:carldiaz@uchile.cl). ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1017-287X>

2 Estudiantes del Departamento de Psicología, FACS, Universidad de Chile.

## Abstract

The COVID-19 pandemic and the associated confinement, produced a significant increase in the demand for their services based on virtual platforms, known as *gig* jobs, highlighting the delivery of food. This research explores the identity and organizational identification of this group of *gig* workers through qualitative methodology, conducting semi-structured interviews with 14 food delivery workers, who work for different companies in the industry. Consistent with what is reported in the literature, the findings show that organizational and work role identity tends to be situational, fleeting and transactional, and the valuation of work, ambivalent. The presence of artifacts associated with work also plays a role in the role identifications and the virtual platforms for which they work. It is broadly concluded that labor flexibility and labor deregulation are detrimental to work and organizational identification.

*Keywords:* *gig* workers, flexible work, delivery, identity

## Introducción

El auge de la economía digital, el contexto pandémico Covid-19 y el uso creciente de las TICs, ha producido un importante incremento de trabajos que se ubican más allá del límite de las organizaciones, como son los trabajos por medio de plataformas informáticas, denominados como *gig* (Watson et al., 2021). En particular, durante el confinamiento a causa de la pandemia COVID-19, los/as trabajadores/as *delivery* de comida tuvieron un alza significativa en la demanda de sus funciones, por lo que se convirtieron en un eje central en la economía del país. Este hecho genera la necesidad de extender el marco conceptual tradicional de la psicología del trabajo, hacia el empleo no organizacional propiamente tal, con el fin de comprender el trabajo de las personas (Spreitzer, 2017) y, particularmente, las dinámicas y contenidos que subyacen a las identidades laborales, sobre todo cuando el espacio físico de una organización no existe para todos/as.

Se ha señalado que hay una importante distinción entre ser miembro de una organización o grupo, e identificarse con estos colectivos (Bednar et al., 2020). Desde esa distinción, es que se ha reportado que los/as trabajadores/as *gig* percibirían una identidad organizacional débil (Liu et al., 2020), debido a las características propias de estos empleos. De acuerdo a ello es que, en este artículo, se indaga sobre las dinámicas de construcción

y contenidos de identidades de rol y organizacionales en trabajadores/as de *delivery* de Santiago de Chile, su relevancia y alcances, considerando los contextos y condiciones particulares en que ejercen esta modalidad de trabajo flexible.

## Marco Teórico

### *Flexibilidad laboral y trabajo gig*

Una diferencia fundamental entre el empleo tradicional y el trabajo flexible, entre los que se encuentra la modalidad *gig*, es que el primero se basa en un contrato estándar de trabajo que se extiende por un período de tiempo establecido y con recompensas determinadas, existiendo habitualmente un lugar y un horario establecido y fijo de trabajo, que funciona como un escenario común de vivencias o experiencias, tendiendo además a vincular las carreras al apego físico y psicológico de los/as empleados/as en el tiempo. En cambio, el empleo flexible generalmente se caracteriza por ser un trabajo a tiempo parcial, eventualmente variable, pudiéndose realizar fuera del lugar de trabajo tradicional, lo que tendría generalmente relación con mayores requerimientos de habilidades, autonomía y desempeño (Haunschild, 2004; Zenger et al., 2011).

El concepto de *gig* proviene del mundo musical, haciendo referencia a presentaciones cortas o de una sola ocasión. Este concepto luego arribó al mundo laboral, caracterizando principalmente a aquellos trabajos de breve duración o de contratación corta y específica a un proyecto. En la actualidad, este concepto ha evolucionado, considerando una gran variedad de tareas, habilidades y niveles de ingresos diferentes, siendo posible considerarlo como un trabajo bajo demanda que se lleva a cabo a través de plataformas *online*.

Principalmente, las empresas encargadas de dichas plataformas, intervendrían para garantizar estándares mínimos de calidad en el servicio, la selección y la gestión de la mano de obra (De Stefano, 2016; Avendaño-Cruz, 2018), operando con base en un control algorítmico y el distanciamiento de los trabajadores, limitando así su autonomía y capacidad para desarrollar conexiones sociales significativas (Glavin et al. 2021). Esto redundaría en una merma de su capacidad para alinear sus acciones con los

criterios que se les aplican, y comprender los factores que determinan su éxito o fracaso (Rahman, 2021).

El cortoplacismo y la sustitución mutua de trabajadores constituirían las principales características del modelo económico *gig* (Lemke, 2019). De manera que, según algunos autores, en la economía *gig* sería probable que los/as trabajadores/as experimenten alienación (Watson et al., 2021), entendida como “el extrañamiento o alejamiento del trabajador de los productos de su trabajo, así como de la sociedad que ese trabajo supone servir” (Keith et al., 2020, p.18).

Igualmente, se ha señalado que las empresas *gig* eludirían sus obligaciones como empleadoras, convirtiendo a los/as trabajadores/as eventuales en herramientas ajustables, indetectables y fungibles, trabajando frecuentemente sin contrato (Shibata, 2019). En este contexto, los/as trabajadores/as menos calificados/as tenderían a experimentar mayor inseguridad y bajos ingresos (Wood et al., 2018). La naturaleza heterogénea de los trabajos *gig* afectaría la estructura de la contratación, su regularidad, su cobertura geográfica, las normativas sobre obligaciones y derechos de los trabajadores, señalando que “las fuentes principales de flexibilidad, consisten precisamente en la posibilidad de contratar a alguien y poder despedirle diez minutos después” (De Stefano, 2016, p.157).

El trabajo *gig* es una modalidad que se encuentra distribuida entre grupos de distintas edades. Se ha estimado que alrededor del 25% serían menores de 25 años, algo sobre el 50% sería menor a los 34 años, y del orden del 11 % serían trabajadores sobre 65 años (Manyica et al. 2016; Avendaño-Cruz, 2018, Lapanjuuri et al., 2018). De modo que, en el mercado *gig* participarían tanto *millennials*, generación X y *boomers*. Respecto a género, se reporta, una leve mayor presencia proporcional del género masculino, respecto al femenino (Lapanjuuri et al., 2018). Análoga variedad existiría en lo que refiere al nivel socioeconómico y educacional. Se ha estimado igualmente que una quinta parte de los trabajadores *gig* se dedican a trabajos de *delivery* de alimentos (Manyica et al. 2016, Lapanjuuri et al., 2018). Muchos/as de los/as que realizan estas labores, lo hacen como forma de complementar sus ingresos, mientras realizan paralelamente trabajos formales o bien, alternan trabajos formales y trabajos *gig* en sus trayectorias laborales, siendo el ingreso que perciben discontinuo. Los/as empleados/as, carecerían de seguridad social, vacaciones pagas, no tendrían acceso a seguro de desempleo o cobertura para accidentes laborales, y sufrirían incertidumbre

sobre los flujos de trabajo, entre otros (Bajwa et al. 2018). Todo lo cual, plantearía desafíos para la lealtad (Haunschild, 2004). En cuanto a los/as empleadores/as, las desventajas se reducirían a riesgos jurídicos por la deficiencia de aspectos regulados (Avendaño-Cruz, 2018) y, eventualmente, a impactos sobre la calidad de los servicios que ofrecen.

### ***Trabajo gig e identidad***

Las identidades laborales son construcciones subjetivas e intersubjetivas generadas mediante intercambios entre roles, grupos y redes que pueden servir como referentes organizacionales negociados (Karriker et al, 2021). Por su parte la identidad organizacional, es habitualmente entendida como el posicionamiento social en tanto que miembro de una organización (Mael y Ashforth, 1995), y como la percepción común de que la organización posee ciertas características claves, que es distinta de otras organizaciones y que posee un grado de continuidad sobre un periodo de tiempo, en circunstancias variantes (Alvesson y Empson, 2008), generando un vínculo cognitivo, psicológico y/o emocional respecto a la organización, (Miscenko y Day, 2016). Por medio de estas dinámicas, se irían conformando tanto las identidades profesionales, referidas al posicionamiento social del sujeto desde la ocupación de un rol y como expertos en un particular ámbito profesional (Brown et al, 2007).

La flexibilización tendría efectos sobre la pertenencia, la identificación, la construcción de identidad y de rol ocupacional, la sindicalización, la responsabilidad de los/as empleadores/as, y la identificación con la organización, entre otros elementos. Las conexiones físicas, temporales y administrativas con una organización interactuarían con la configuración del trabajo, influyendo en las identidades de trabajo de las personas (Karriker et al., 2021). Duque y Carvajal (2015) por su parte, señalan que la identidad y la imagen serían conceptos que están conectados y, por ello, sería relevante considerar elementos que caracterizan o buscan caracterizar a los/as trabajadores/as *gig* dentro de organizaciones, tales como el uniforme y las herramientas de trabajo.

Se ha señalado igualmente, que las empresas desarrollarían “culturas de plataforma”, con normas y valores compartidos análogas a las culturas organizacionales, las cuales tendrían efectos importantes en las actitudes y la moral de sus trabajadores/as (Kuhn 2016). Así, las identidades de los/as

trabajadores/as tenderían a estar principalmente vinculadas a la plataforma laboral que utilizan (Wood et al., 2018), desarrollando escasos vínculos con personas similares a ellas por características, como la edad, el género o la educación, profesión o redes asociativas que puedan servir como espacios de socialización (Jabagi et al., 2019; Cameron, 2021).

Los/as trabajadores/as *gig* a menudo realizan sus labores, física y socialmente aislados/as, sin contar con una sólida afiliación organizacional, por lo que a menudo se encontrarían compelidos a desarrollar sus propias prácticas, y buscar construir una identidad de trabajo cohesiva o un sentido de pertenencia (Caza et al. 2018; Petriglieri et al. 2019). Así, careciendo del ambiente de contención proporcionado por una organización, los/as trabajadores/as se esforzarían entonces, por crear un ambiente para sí mismos mediante el cultivo de conexiones con rutinas, lugares, personas y propósitos más amplios (Petriglieri et al., 2019).

La economía *gig* ha generado cambios, dando lugar a nuevas estructuras sociales y herramientas que las personas utilizan para replantear sus rutinas diarias y crear nuevas identidades (Scully-Russ y Tooraco, 2020), en especial en lo que concierne al desarrollo de identidades colectivas, entendidas como la conexión cognitiva, moral y emocional de una persona con una comunidad, práctica, categoría o institución más amplia, que es distinta de las identidades personales (Vesga, 2018). Dichas construcciones identitarias operarían a su vez, como mediadores semióticos en la relación que las personas sostienen con la realidad social y material, y también constituirían una herramienta fundamental de la autorregulación en la vida adulta (Campos, 2013), etapa en la que el trabajo constituye una dimensión central.

Desde esta perspectiva, se ha señalado que la tecnología de la información y la comunicación jugaría un papel esencial a la hora de construir la identidad de las personas, desafiándolas (Hassel, 2013). El entorno en línea y las características tecnológicas que ofrecen las plataformas digitales podrían actuar entonces, como referencias en el proceso de construcción de la identidad laboral de los/as trabajadores/as *gig* (Bellesia, et al., 2019), de manera que, por tener una baja o inexistente vinculación organizacional, la conexión podría ser sólo tecnológica (Karriker et al, 2021). Es en este contexto que podrían ir adoptando nuevas estrategias de carrera, desarrollando habilidades para valorizarse en el mercado laboral, capacidades de autorregulación y formas identitarias ajustadas al interior de una compleja red de relaciones profesionales y personales (Scully-Russ y Tooraco, 2020).

## Metodología

### *Aplicaciones de delivery vigentes en Chile*

La investigación consideró trabajadores/as pertenecientes a cuatro aplicaciones de *delivery*, las que cuentan con algunas características diferenciales que resulta pertinente considerar, pues podrían incidir sobre los procesos de identificación de los repartidores.

1. UberEats opera desde el año 2014, originaria de Estados Unidos y con presencia internacional. Los/as repartidores/as deben registrarse en la página oficial de Uber para ser socio/a repartidor/a y aceptar una evaluación. Una vez aceptados, se les entrega una mochila y comienzan a recibir pedidos (Uber, s.f.). La aplicación se encarga de ser un nexo entre el/la cliente/a y el restaurante. El/la comprador/a hace un pedido, y una vez el pedido está listo, los/as mensajeros/as lo recogen y lo entregan en la dirección establecida por el/la cliente/a (Deliverect, 2020). El pago es calculado en base a cada entrega, sumado a una tarifa por milla, y se transfiere a la cuenta bancaria inscrita por el/la mensajero/a, semanalmente, o bien hasta 5 veces al día (Uber, s.f.).

2. Rappi surge en Colombia en el año 2015, y actualmente cuenta con presencia en Latinoamérica. La aplicación busca conectar a los/as clientes/as con diversos comercios y una red de “Rappitenders” (repartidores) (BlogRappi, 2016). La aplicación calcula la posición geográfica y selecciona los pedidos que estén próximos, con el fin de que su entrega no demore. La aplicación considera la calificación del/la repartidor/a y el beneficio que supondrá para este/a realizar ciertos envíos, con el fin de mantener la calidad del servicio y brindar a sus trabajadores/as una opción de trabajo al alcance de la mano (Miracomosehace, s.f.).

3. PedidosYa opera desde el año 2009 en Uruguay, y actualmente cuenta con presencia en Latinoamérica. La aplicación funciona mediante una plataforma *online* donde el/la cliente/a selecciona uno de los comercios adheridos y los productos que desea de estos. El/la repartidor/a o “*rider*” es el/la encargado/a de llevar el pedido desde el local hasta la dirección que corresponda. Los/as “*riders*” utilizan una aplicación llamada “RoadRunner”, la cual gestiona los turnos de trabajo, ubicación e información útil durante la jornada laboral. Los/as repartidores/as precisan cumplir con horas totales de prestación de servicio y porcentaje de pedidos aceptados. La empresa

clasifica sus repartidores/as en cinco turnos, según rendimiento. Cuanto mejor sea la calificación del/la socio/a repartidor/a, mejor será su posición y recibirá una mayor cantidad de pedidos, junto a otros beneficios. Al momento de iniciar cada turno, se les asigna una zona de trabajo, en la que son gestionados por GPS (Tramitarlo, s.f.)

4. CornerShop es una empresa fundada en Chile en el año 2015. Desde el año 2020 forma parte de la empresa Uber, y cuenta con presencia en distintos países de América. El/la usuario/a de la aplicación debe escoger una de las tiendas asociadas, ya sea por el sitio web o la app, llenar un “carrito” de compras con los productos deseados, las que son adquiridas por un/a “shopper” de la plataforma, quienes los entregan donde y en el horario que el/la cliente/a lo requiera. El pago al/la “shopper” depende de la cantidad y el peso de los productos, al igual que la distancia que este debe recorrer para completar el pedido (CornerShop, s.f.).

## **Muestra**

Se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia durante los meses de agosto y septiembre del año 2021, en el cual se entrevistó a catorce personas, cuatro (4) mujeres y diez (10) hombres, cuyas edades oscilaban entre los 20 y los 52 años. Cinco personas de la muestra, son de nacionalidad venezolana y nueve son chilenas. Dos de ellos/as tienen su educación media completa, uno completó el bachillerato y cursó de manera incompleta la carrera de gastronomía, dos poseen un título universitario, dos poseen un título técnico profesional y seis se encuentran actualmente cursando una carrera universitaria. Once de ellos/as se dedican exclusivamente a este trabajo, mientras que, para los/as tres restantes, es un trabajo complementario a su principal fuente de ingresos. Algunos/as trabajan para más de una aplicación a la vez. En promedio, los/as entrevistados llevan trabajando como *delivery* un año y 2 meses, fluctuando desde las 2 semanas a los 3 años.

## **Tipo de investigación e instrumentos**

La investigación realizada es de naturaleza cualitativa, sobre la base de entrevistas semiestructuradas, las cuales se realizaron presencial o virtualmente, atendiendo a las condiciones de disponibilidad de los y las



entrevistados/as, es decir, a través de un muestreo no probabilístico por conveniencia. Se indagó sobre diversos elementos, tales como los motivos para optar a este tipo de trabajo y modalidad de acceso al rol; atributos del rol y de la organización; ventajas y desventajas; identificación con la organización; relaciones laborales y pertenencia grupal; referentes espaciales; evaluación de la organización; valoración del rol por parte de terceros; expectativas de desarrollo; relación vida laboral-vida personal

Los resultados han sido analizados a partir de la organización y categorización de la información obtenida, estableciendo relaciones entre las experiencias de cada entrevistado/a. De esta manera, los resultados fueron categorizados con base en los contenidos asociados a los motivos para trabajar como *delivery* y la forma en que llegaron a ocupar el rol, los atributos asociados al trabajo y a la organización, la valoración del rol por parte de terceros/as, expectativas de desarrollo dentro de la organización y la relación entre vida laboral y personal.

## Resultados

### *Motivos para optar a este tipo de trabajo y modalidad de acceso al rol*

La mayoría de los/as entrevistados/as alude a la posibilidad de “ser sus propios jefes”, el ingreso rápido y la flexibilidad característica de estos empleos, así como a la posibilidad de responder a contingencias y necesidades personales: “Me permite mucha flexibilidad, me puedo organizar bien y en mis tiempos libres puedo trabajar sin problemas” (Mujer, 21 años); “Me quedé cesante y fue una buena opción para generar ingresos rápidos” (Mujer, 34 años); “Necesitaba dinero de manera urgente” (Hombre, 20 años).

Dos de los/as entrevistados/as, ambos venezolanos, expresan por su parte que el no poder convalidar sus estudios superiores en Chile jugó un rol crucial en la elección del trabajo: “[Elegí este trabajo] porque gano más que el sueldo mínimo, porque puedo elegir mis horarios y además porque no pude convalidar mis estudios” (Hombre, 33 años); “Apaña a la maternidad” (Mujer, 34 años).

La mayoría de los/as participantes (8) declaró que el empleo fue recomendado por amigos/as, familiares o personas cercanas, mientras el resto menciona que lo encontraron en redes sociales, o en carteles callejeros.

La mayoría de los/as entrevistados/as (10) señalaron que fueron capacitados/as de manera *online* o presencialmente por la empresa, pero que estas capacitaciones no eran suficientes para llevar a cabo las tareas. Estos, al igual que aquellos que no recibieron capacitación, necesitaron la ayuda de amigos/as que conocían la plataforma, o aprendieron “sobre la marcha”. “La capacitación no me dejó preparado del todo” (Hombre, 21 años),

## Atributos del rol y de la organización

### *Ventajas y desventajas*

Todos/as los/as participantes coinciden en que la principal ventaja de trabajar como *delivery* se asocia a la flexibilidad de este empleo, la independencia y la posibilidad de adecuar las horas de trabajo a los tiempos personales, pudiendo contar con más tiempo para otras responsabilidades y actividades: “Sí, [nos beneficia] mucho. Por ejemplo, ayer fuimos a la playa...”, “si estuviese en un trabajo [tradicional] no pudiese haber ido. Igual me tomo varios días si es que quiero” (Hombres, 21 y 29 años).

Otros se relacionan a los ingresos que les generan: “Me ha ayudado bastante para ahorrar dinero y para solventar algunos gastos” (Hombre, 21 años).

Otro elemento que destacaban como beneficio refiere la compatibilidad con estudios o la maternidad, así como posibilidad de desarrollo de habilidades. “Yo no estoy acostumbrado a trabajar, siempre me he dedicado a estudiar, y si trabajaba era en los veranos, esta experiencia sirvió mucho para generar ingresos y ver las capacidades que tiene uno como trabajador” (Hombre, 23 años); “Me ha ayudado a compatibilizar la maternidad con el trabajo” (Mujer, 34 años); “La mejor ventaja es que tú te haces tu horario, es conveniente si estás estudiando o tienes una pega [aparte]” (Mujer, 23 años)

Si bien para algunos/as la remuneración constituye una ventaja, otros/as señalan que el trabajo es excesivo y muy agotador, y que no se condice con la paga percibida: “Pagan poco a veces y es mucha pega” (Hombre, 21 años).

Destacan que los ingresos dependen de cuántos pedidos realicen, los problemas que presenten las plataformas, los costos del vehículo utilizado para trabajar. Señalan, igualmente, desventajas asociadas a la inseguridad de circular por la calle, lo que generaría incertidumbre. “La inseguridad [también es una desventaja], porque me han intentado robar varias veces” (Hombre, 33 años).

Las funciones principales de este tipo de trabajo, tienden a ser similares en todas las plataformas, presentándose pequeñas diferencias entre ellas. Para los/as trabajadores/as de CornerShop, las tareas se asocian a:

Ir a comprar las cosas que necesite el cliente, verificar que esté todo disponible en tienda y si no, proponer otras opciones de acuerdo a la necesidad del cliente. Finalmente, ir a dejar el pedido a la dirección que se entregue (Mujer, 21 años).

En cambio, para los trabajadores de *delivery* de comida rápida, sus funciones corresponden a ir a buscar la comida al restaurante, asegurarse que la orden esté correcta y, realizar la entrega al domicilio del/la cliente/a: “Nuestras tareas son recibir los pedidos y llevarlo al punto del cliente” (Hombres, 21 y 29 años); “Recibir y dejar el pedido de la mejor manera y caliente” (Hombre, 20 años).

Adicionalmente, respecto a las características que necesita una persona para realizar *delivery*, se encuentran ciertas constantes motivacionales intrínsecas y extrínsecas, así como ciertos atributos y habilidades personales: “Paciencia, ganas de ganar plata y dedicación, trabajar mínimo 8 horas diarias” (Hombre, 52 años); “Tener ganas, la motivación, ser organizado, hablarle bien al cliente y a las personas en los locales” (Hombre, 33)

“Necesidad de ser rápido [porque] mientras más rápido terminas el pedido, más pedidos puedes hacer, ser “vivo”, organizado para ahorrar tiempo e ir agrupando las cosas, tener buena disposición [pues] de repente el cliente no te contesta, que quiere cambiar algo, que ya no quiere algo, que quiere agregar algo, y simpatía porque tienes que atender gente” (Mujer, 23 años).

También se menciona, con menor frecuencia, la responsabilidad y el compromiso con el trabajo, de modo que el trabajador ideal de la aplicación sería quien “No deja ningún pedido, todos los hace” y “casi nunca tiene problemas” (Hombre, 33 años).

La mayoría de los/as entrevistados/as manifiestan identificarse con estas características.

## Identificación con la organización

Sólo 5 de las y los entrevistadas/os dicen sentirse identificadas/os con la marca que representan como trabajadores/as, en cambio tienden a identificarse mayormente con el rol: “Sí, porque es mi trabajo, me gusta ser *delivery*” (Hombre, 29 años); “Solo con el trabajo y por qué lo hago” (Hombre, 52 años); “[No sé si siento] pertenencia a la marca” (Mujer, 21 años).

La mayoría de los/as entrevistados/as comentan que tuvieron que comprar sus elementos de trabajo, como las mochilas. Sólo algunos/as trabajadores/as recibieron las prendas distintivas de la marca, como la polera o la parka por parte de las empresas para las que trabajan.

Respecto a las tareas asociadas al rol, la mayoría de los/as entrevistados/as mencionan sentirse cómodos/as con estas (11 personas), sin embargo, un participante dice sentirse cómodo solo a veces con las tareas asociadas, pues: “Hay momentos en los que te toca hacer pedidos muy chicos o que te quedan muy lejos de la tienda y eso es una lata porque terminas gastando más de lo que ganas” (Hombre, 21 años).

## Relaciones laborales y pertenencia grupal

Se señala la existencia de grupos que se generan de manera espontánea, sin un intermediario externo que modele ni modere estas interacciones, por lo que la condición de pertenencia a alguno de ellos tiende a ser difusa, siendo la categorización de “compañero de trabajo” una definición genérica, que en ocasiones deriva en redes relacionales y dinámicas de entreayuda. Así, 9 entrevistados/as asignan esta condición a aquellos que cumplen sus mismas funciones. “La relación es de mucho compañerismo, tenemos un grupo, en el cual prestamos apoyo/ayuda durante la ruta y el día de trabajo u horario” (Mujer, 34 años); “Es una buena relación pese a que no nos juntamos, siempre estamos atentos a las cosas que pasan y nos las hacemos saber por teléfono” (Mujer, 34 años); “De todas formas si tengo alguna duda no tengo problema en preguntarles a mis compañeros que encuentro en los distintos locales, que se identifican con la típica polera de

Cornershop” (Mujer, 21 años); “La mayoría de los repartidores son unidos, principalmente porque la mayoría son extranjeros” (Hombre, 21 años)

Mientras que los/as 5 restantes, señalan no tener compañeros/as, y que el trabajo es netamente individual, aunque distinguen la existencia de subgrupos puntuales y eventualmente fugaces. “No tengo compañeros como tal ni una relación con un grupo en específico, pero a veces cuando se está esperando el pedido salen conversaciones” (Hombre, 20 años).

Yo a los que conocía era mis primos, que trabajan conmigo en el mismo lugar (...) No tengo compañeros como tal ni una relación con un grupo en específico, pero a veces cuando se está esperando el pedido salen conversaciones (Hombre, 33 años).

“Con las personas que no eran mis amigos igual hablábamos a veces, porque es bien típico que se armen grupos” (Hombre, 23 años).

Al preguntarle a los/as entrevistados/as sobre si existe un estereotipo de ser *delivery*, la mayoría respondió positivamente (9 personas), siendo el más prevalente el que los/as trabajadores/as de *delivery* son extranjeros (5).

A pesar de las diferencias en las respuestas, es importante destacar que 9 de los/as 14 entrevistados/as señalan el trato que reciben de parte de terceros como causa esencial de su identificación, o destacan la relevancia de contar con historias de vida comunes. “Muchas veces tenemos que aguantar los malos tratos, entonces en ese sentido empatizo con los demás” (Hombre, 20 años); “Yo vivo de esto, tengo dos niñas que mantener, muchos de ellos también entonces me siento identificado con personas que tienen historias parecidas a la mía” (Hombre, 33 años).

Hay quienes construyen identificaciones con atributos particulares que presentan algunos trabajadores/as de *delivery* “Solamente con algunos, por ejemplo, con las personas que entregamos en bici, somos generalmente estudiantes y que no tenemos el dinero para comprar una moto, o no lo vemos como un trabajo permanente” (Hombre, 23 años).

Entre las personas que señalan no sentirse identificadas con otros/as trabajadores de las aplicaciones de *delivery*, destacan, sin embargo, el hecho de compartir similitudes respecto a que les acomoda contar con el control de sus propios tiempos. No obstante, se reconocen distinciones asociadas a las aplicaciones para las que laboran. “Creo que a muchas personas les

acomoda trabajar de esta manera y eso nos hace similares, pero realmente creo también que las realidades de las personas que trabajamos en Corner son super distintas” (Mujer, 34 años).

Otros/as, destacan la diversidad:

No hay un perfil definido porque no hacen entrevista formal (...) hay de todo, la mayoría que veía era gente mayor, mamás que se quedaban en la casa y tenían un auto, la mayoría de los 35 para arriba. Depende del lugar donde vayas, donde iba yo era mucha gente mayor, pero en el Costanera (Centro Comercial) era mucha gente joven. Pero hay de todo” (Mujer, 23 años).

### **Referentes espaciales**

En el caso de quienes trabajan como *delivery* de comida rápida, resaltan en las respuestas los “puntos o zonas de conexión”, que son los lugares donde deben iniciar sesión para trabajar.

10 de 14 trabajadores/as declaran que existen puntos de encuentro habituales. En el caso de CornerShop, destacan los estacionamientos de los supermercados o las zonas especiales para estos/as empleados/as, como señala la siguiente entrevistada: “En La Dehesa hay un “supermercado negro”, donde hay una parte que es solo para los cornershop y ahí se encuentran” (Mujer, 23 años).

### **Evaluación de la Organización**

12 de 14 personas entrevistadas evalúan positivamente la app en la que cumplen funciones. Expresan que el servicio es bueno o excelente en cuanto a comunicación y ayuda, y señalan que el trabajo es fácil y que se gana bien. Es relevante destacar que quienes puntúan más positivamente a la aplicación son quienes trabajan en CornerShop, seguidos/as por aquellos/as que trabajan en UberEats. Por último, la aplicación más criticada y peor evaluada es Rappi. Las evaluaciones negativas radican por su parte en problemáticas de comunicación, de respuestas ante los problemas con los/as clientes, la contingencia y el poco apoyo brindado a los trabajadores/as.

## **Valoración del rol por parte de terceros**

12 de los/as 14 entrevistados/as consideran que las personas valoran positivamente estas plataformas, no obstante, 6 de los/as participantes del estudio, manifiestan que la valoración de las personas que no trabajan de *delivery* hacia ellos, sería desventajosa, minimizando o desvalorizando su esfuerzo al tratarse de un trabajo simple. “[A la empresa la valoran] como una empresa de servicios que les lleva sus cosas a la casa sin tener que moverse [pero] a veces es agotador el que no reconozcan tu esfuerzo o la importancia de tu trabajo” (Hombre, 20 años); “Creo que existe contradicción, ya que la valoran super positivamente como servicio, pero a quienes trabajar allí los miran un poco en menos” (Mujer, 36 años); “Te ven o miran como una empleada de categoría más baja” (Mujer, 34 años); “Nos ven como una máquina, a veces creo que las personas piensan que no nos cansamos de trabajar de esta manera porque es “fácil”, pero sí, cansa” (Hombre, 20 años),

En contraste, 8 de los/as entrevistados/as comentan que creen que las personas en general valoran su trabajo, tendiendo a basarse en las evaluaciones o propinas otorgadas por los/as clientes “Hay de todo, hay personas que evalúan positivamente, otras negativamente, hay personas que dan mucha propina y otras que no” (Hombre, 33 años); “Creo que aprecian el trabajo que realizo, ya que siempre intento hacerlo de la mejor manera” (Mujer, 21 años).

## **Expectativas de desarrollo**

Respecto a las expectativas de desarrollo o abandono del rol, se observa que en general las respuestas son negativas en torno al crecimiento laboral dentro de la app, pero que de igual forma se destaca el crecimiento dentro de la categoría de repartidor

En Rappi tienes que tener la valoración alta, en Uber te dan una copa, que dice que es la persona que tiene más prestigio, si no la tienes, no te caerán tantos pedidos. Con el tiempo podemos ir mejorando en la aplicación, en cualquiera” (Hombres, 21 y 29 años).

Respecto a la permanencia en el trabajo, la mayoría de los/as entrevistados/as plantea que es algo pasajero y complementario a otros trabajos o estudios. Las razones que presentan para un eventual abandono del rol,

tienden en su gran mayoría a la posibilidad de acceder a “trabajos mejores” o por dificultades prácticas para continuar realizándolo. “[Abandonaría el rol si es que me ofrecen] un mejor sueldo y un contrato que asegure ciertas cosas, como seguros por ejemplo” (Hombre, 23 años); “[Dejaría de trabajar si llegara a] perder mi equipo de trabajo. Si me roban la bicicleta tendría que dejar de trabajar porque no podría comprar otra y es necesaria para ejercer el trabajo” (Hombre, 20 años).

Otras razones más personales se relacionan con tener un trabajo independiente, un negocio propio, entre otras. Además, las proyecciones al futuro no se ligan al trabajo *delivery*, sino que a los estudios realizados o algún plan personal. “[Me gustaría] ejercer en lo que estudié, siendo ingeniero donde sea, pero haciendo eso” (Hombre, 33 años); “Me gustaría ser independiente en cuanto a lo laboral, para así poder tener más libertades y jugármela por las mías” (Mujer, 33 años); “Me gustaría tener algo propio, un negocio, y fuera de Latinoamérica” (Hombre, 21 años).

En este orden de ideas, la gran mayoría de los entrevistados no piensa en la jubilación. Respecto a los ahorros para su jubilación, algunos/as cotizan en la Administradora de Fondos de Pensiones (AFP), pero con ahorros de otros trabajos complementarios al *delivery* o en forma particular, puesto que algunas aplicaciones no tienen contrato formal. “Yo no tengo nada, la única vez que trabajé con contrato era en CornerShop, mis otras pegas eran día trabajado día pagado” (Mujer, 23 años); “[Tengo ahorros] en la AFP, pero de manera independiente, nadie lo hace por mí” (Hombre, 33 años).

### ***Relación vida laboral-vida personal***

En cuanto a la relación entre la vida laboral y personal, las familias de los entrevistados ven el trabajo de *delivery* como algo positivo, pero peli-groso debido a posibles robos, atropellos, etc. “[Mi familia] lo ve de manera positiva, ya que yo me armo mis propios horarios y eso me permite estar más tiempo con ellos o cuando hay alguna actividad importante” (Mujer, 34 años); “Sí [la relación con mi familia ha mejorado] porque elijo cuándo hacerlo, si es que estoy libre, porque es muy opcional y flexible” (Mujer, 23 años).

Respecto al agotamiento físico, señalan que el cansancio depende de las horas, el ritmo trabajado y el medio de transporte utilizado, dependiendo



de si es bicicleta, motocicleta o auto “A veces, cuando hay muchos pedidos, [es cansador] estar de allá pa’ acá” (Hombres, 21 y 29 años); “Quillota es igual puro cerro, entonces en bici me agotaba mucho, quizás si hubiese tenido moto la hubiese pasado mejor” (Hombre, 23 años).

## Discusión

En los/as trabajadores/as de *delivery* participantes de esta investigación, la identidad asociada al rol o a las plataformas para las que laboran, tiende a ser, con algunas excepciones, situacional y fugaz. Esto parece indicar la presencia de una pobre configuración de sus identidades laborales colectivas (Vesga, 2018).

Del mismo modo, si bien la mayoría plantea identificarse con las personas que ejercen las mismas labores que ellos/as, esta identificación refiere principalmente a aspectos relacionados con la similitud de las historias de vida, las herramientas de trabajo utilizadas, los sentimientos compartidos frente a eventuales malos tratos de parte de los/as clientes, o la condición de ser madre, extranjero/a o estudiante. En este contexto, los grupos de WhatsApp aparecen como el elemento de vinculación más sustantivo, los que se forman con base a relaciones personales, y operan independientemente de la pertenencia a una misma organización. Estos distintos elementos, contradicen lo aseverado por Jabagi et al. (2019), en cuanto a la ausencia de características personales en la referenciación identitaria de los/as trabajadores/as *gig*, marcando la presencia, en desborde, de elementos identitarios personales sobre su esfera laboral.

Así, de las entrevistas realizadas, se verifica la existencia de artefactos que podrían ser considerados como constitutivos respecto a su rol y diferenciales respecto a las aplicaciones, como chaquetas o poleras, mochilas, bolsas de papel utilizadas para almacenar la comida. Los/as trabajadores/as mencionan igualmente, la importancia de su bicicleta o motocicleta para realizar el trabajo, los que actuarían igualmente como referentes identificatorios diferenciales. Estos artefactos, al igual que las plataformas digitales que emplean, actuarían así, como agentes activos, incidiendo no solo en la forma en que realizan sus labores, sino que también en las subjetividades e identidades profesionales resultantes (Hassel, 2013).

Los/as entrevistados/as pertenecían a cuatro diferentes aplicaciones de *delivery*, lo que podría explicar las diferencias recabadas en la valoración atribuida e identificación con estas. En particular, llama la atención que los/as trabajadores/as de CornerShop, aparecen con mayores percepciones de valoración por el esfuerzo que realizan y tienden a una mayor identificación con la empresa en la que trabajan, lo que podría vincularse a los artefactos identitarios y condiciones que, a diferencia de las otras aplicaciones, esta organización entrega a sus repartidores.

La mayor parte de los/as entrevistados/as expresa, no obstante, no sentirse identificados/as con la organización para la que trabajan ni con el rol que desempeñan, tendiendo a definir su trabajo como preferentemente enfocado a obtener recompensa económica, pero no como una oportunidad de crecimiento personal o de una contribución relevante a la sociedad (Rosenblat, 2016). De este modo, si bien la mayoría de los/as entrevistados/as, manifestó sentirse identificado/a con las características que debería tener un/a trabajador/a ideal de *delivery*, no obstante, estas hacen más bien referencia a *características personales* que a *características o competencias asociadas al rol que llevan a cabo*, y no visualizan la necesidad de ajustar características de su identidad personal para adecuarse a la organización (Kreiner y Ashforth, 2004, Ashforth et al., 2013).

Señalan igualmente, que las personas tienden a verlos como trabajadores/as de segunda categoría por las bajas calificaciones requeridas para ejercer como *delivery*. Tal percepción aparece como puntualmente mitigada cuando sienten que saben hacer bien el trabajo, y reciben el reconocimiento de su entorno por este, tal como lo apuntan Soto y Gaete (2013).

Por último, es posible destacar que, si bien los/as trabajadores/as entrevistados/as expresan incertidumbre asociada a la precariedad del vínculo contractual, valoran como beneficioso e incluso ventajoso el ser *delivery* por la flexibilidad y autonomía que ofrece. De esta manera, convergentemente con lo señalado por Watson et al. (2021), destacan la libertad para escoger el horario en el cual se trabaja, la cantidad de horas diarias de trabajo y, en algunas aplicaciones, qué pedidos aceptar o no, de acuerdo a su conveniencia, facilitando la posibilidad de equilibrar la vida personal y laboral, los tiempos de descanso e incluso las vacaciones. Empero, algunos/as de los/as entrevistados/as señalan que la flexibilidad espacial no es total, puesto que, si se inscriben como trabajadores, en ciertas aplicaciones, en una región y comuna particular, no pueden después trabajar en otra comuna

u otra región, aunque la aplicación opere en otra parte del país. Estas delimitaciones, no obstante ser percibidas negativamente, definen cotos referenciales de conexiones con rutinas, lugares y personas, tal como lo señalan Petriglieri et al. (2019).

## Conclusión

El trabajo de *delivery*, se caracteriza por la débil estructuración que proporciona, la baja adherencia de los vínculos organizacionales y de rol, la elevada flexibilidad y variabilidad de la dedicación que resultan de ella, como por la escasa valoración que perciben del trabajo.

En este escenario, no es posible reconocer una identidad laboral clara por parte de los/as trabajadores/as *delivery* de las aplicaciones de comida, asociada al rol o trabajo que desempeñan como repartidores/as. Esta falta de bordes identificatorios tiene sus causas en varias de las razones anteriormente mencionadas, y se expresa en aspectos tales como la baja profesionalización de los contenidos atribuidos a su trabajo, la escasa identificación colectiva en lo propiamente laboral y el escaso compromiso con la organización y con los/as pares del trabajo.

De esta manera, la identidad grupal de los/as trabajadores/as se ve cruzada y constituida por referencias al tipo y uso de herramientas de trabajo (motocicleta, bicicleta o auto), contar con características personales, historias o estilos de vida similares, más que con compartir contenidos y prácticas del trabajo. Así, los/as trabajadores/as asumen principalmente este empleo como algo pasajero, hasta encontrar algo mejor, y/o consolidar proyectos de vida, que algunos/as desarrollan en paralelo. Esto, favorecería el establecimiento de relaciones transaccionales, basadas fundamentalmente en los ingresos que estas labores pueden proporcionarles, así como por las posibilidades de desarrollo de otras áreas vitales. Así, los/as trabajadores/as tienden a considerar el trabajo como una actividad por conveniencia, vaciando de contenido sustantivo la relación entre sujeto/a y empleo.

La identidad se construye y se transforma a merced de las trayectorias de las actividades situadas y las trayectorias de vida de las personas, o como diría Dubar (2006), por medio de la socialización de las actividades y biográficas. Sin embargo, las experiencias que van a incidir en la conformación identitaria requieren ser significativas para las personas, en

tanto que actividades o eventos vitales constituyentes de un proyecto de vida, y como forma de presentación de sí mismos/as. Lo que muestran las expresiones recabadas, permite inferir que la agencia desplegada por los/as trabajadores/as *delivery* puja hacia el desarrollo de identidades alternativas, resistiéndose a la incorporación de identificaciones en torno a los atributos de los roles de socio/a repartidor/a, shopper, rider o rappitendero/a.

La flexibilidad, desregulación y virtualización del trabajo constituye uno de los aspectos que más ha tomado fuerza a merced del discurso posmoderno, y se ha potenciado en el contexto pandémico por covid-19. El trabajo *gig* es una de las formas más expresivas de esta tendencia, incentivando la relaciones individuales y mediatizadas de los trabajadores respecto a las organizaciones, delegando la responsabilidad de estabilidad y los riesgos en las personas, disolviendo los marcos colectivos de referencia, tanto en lo organizacional como en las propias comunidades de práctica. En las tareas de *delivery*, además, se agrega el bajo contenido de las competencias requeridas, así como las escasas proyecciones de desarrollo profesional. Surge entonces la interrogante sobre la presencia y posibilidad de desarrollo de sentido, así como de identidades laborales y organizacionales fuertes en este tipo de trabajos.

La flexibilización laboral, y en particular el trabajo *gig*, juega un papel importante en la baja identificación laboral de los/as trabajadores/as, así como en la idea que la sociedad se hace de ellos/as. La idea de libertad y de ser su propio jefe, implícita en el supuesto del “hacer lo que quiera cuando quiera, en el día y a la hora que quiera” y subyacente en la modalidad de trabajo analizada, expone a las personas a la precarización como efecto de la dilución de los derechos laborales desarrollados en el marco del Estado moderno. No obstante, la mayoría señala beneficiosa esta manera de trabajar, valorando las remuneraciones recibidas y la flexibilidad que disponen para el desarrollo de otras áreas de sus vidas, asumiendo los costos en materia de la identificación, construcción de vínculos y el desarrollo laboral, debido a la naturaleza transitoria y precaria de esta actividad.

Por último, cabe destacar que la tendencia hacia la flexibilización parece estar encontrando no sólo sus límites, si no que igualmente sus retrocesos. En este sentido, las señales entregadas por algunas de las organizaciones en cuanto a contratos, así como desde la institucionalidad estatal, en materia de establecer indicaciones sobre las obligaciones de las organizaciones y de derecho de los trabajadores, insinúan la posibilidad de la emergencia de

un nuevo marco de referencia, al interior del cual podrían permitir nuevas formas de socialización y agencia, como también un potencial desarrollo de identidades vinculadas a las organizaciones y a las tareas. En este sentido, y de modo complementario, una plataforma con características sociales podría igualmente contribuir en mejorar la relación percibida por trabajadores/as *gig* (Liu et al, 2020).

## Limitaciones del estudio

La muestra fue de 14 personas, lo que no permite representar en su totalidad al grupo de trabajadores/as de *delivery* de la Región Metropolitana y profundizar en el análisis de la diversidad de situaciones presentes, tanto en lo que refiere a las características personales y modos de desarrollar el rol, como respecto a la incidencia de las características de las plataformas sobre el potencial desarrollo de procesos identificatorios. No obstante, este estudio da pistas para futuras investigaciones en torno a la potencial configuración de identidades organizacionales y de rol en condiciones de trabajo *gig*, al identificar factores que median ese proceso.

## Referencias bibliográficas

- Alvesson, M. y Empson, L. (2008). The construction of organizational identity: Comparative case studies of consulting firms. *Scandinavian Journal of Management*, 24(1), 1-16. <https://doi:10.1016/j.scaman.2007.10.001>.
- Ashforth, B.E. (2001). *Role transitions in organizational life: An identity based perspective*. LEA.
- Ashforth, B.E., Joshi, M., Anand, V. y O'Leary-Kelly, O.M. (2013) Extending the expanded model of organizational identification to occupations. *Journal of Applied Social Psychology*, 43, 2426-2448. <https://doi.org/10.1111/jasp.12190>
- Avendaño-Cruz, H. (2018). *Gig: La nueva tendencia de vinculación laboral. Trabajo Formal en Colombia: Realidad y Retos*. Fasecolda.
- Bajwa, U., Gastaldo, D., Di Ruggiero, E., & Knorr, L. (2018). The health of workers in the global *gig* economy. *Globalization and Health*, 14(1), Artículo 124. <https://doi.org/10.1186/s12992-018-0444-8>

- Bednar, J.S., Galvin, B.M., Ashforth, B.E. y Hafermalz, E. (2020). Putting Identification in Motion: A Dynamic View of Organizational Identification. *Organization Science*, 31(1), 200-222. <https://doi.org/10.1287/orsc.2018.1276>.
- Bellesia, F., Mattarelli, E., Bertolotti, F. y Sobrero, M. (2019). Platforms as entrepreneurial incubators? How online labor markets shape work identity. *Journal of Managerial Psychology*, 34(4), 246-268. <https://doi.org/10.1108/JMP-06-2018-0269>
- BlogRappi. (3 de agosto de 2016). *Qué es Rappi y cómo funciona: conoce cómo mejoramos tu calidad de vida*. <https://blog.rappi.com/que-es-rappi/>.
- Brown, A., Kirpal, S.R. y Rauner, F. (Ed.). (2007). *Identities at Work. International Project on Technical and Vocational Education*. Springer.
- Cameron, L. D. (2022). “Making out” while driving: Relational and efficiency games in the gig economy. *Organization Science*, 33(1), 231-252. <https://doi.org/10.1287/orsc.2021.1547>
- Campos, A. (2013). ¿Qué entendemos por autorregulación y por qué es tan importante para el educador, los estudiantes y los entornos educativos? *Neurocircuito*, 2, 1-13.
- Caza, B. B., Moss, S. y Vough, H. (2018). From Synchronizing to Harmonizing: The Process of Authenticating Multiple Work Identities. *Administrative Science Quarterly*, 63(4), 703-745. <https://doi.org/10.1177/0001839217733972>
- CornerShop. (s.f.). *Preguntas frecuentes*. <https://cornershopapp.com/es-cl/faq>
- De Stefano, V. (2016). La Gig economy y los cambios en el empleo y la protección social. *Gaceta sindical*, 27, 149-171.
- Deliverect. (1 de abril de 2020). *UBEREATS 101: La guía indispensable para los restaurantes*. <https://web.deliverect.com/es/blog/entrega-de-comida/uber-eats-101-la-gu%C3%ADa-indispensable-para-los-restaurantes>.
- Dubar, C. (2006). *La Socialisation*. A. Colin.
- Duque, E. y Carvajal, L. (2015). La identidad organizacional y su influencia en la imagen: una reflexión teórica. *Suma de Negocios*, 6(13), 114-123. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.011>

- Glavin, P., Bierman, A. y Schieman, S. (2021). Uber-Alienated: Powerless and Alone in the *Gig Economy*. *Work and Occupations*, 48(4), 399-431. <https://doi.org/10.1177/07308884211024711>
- Hassel, C. (2013). Artefacts that talk: Mediating technologies as multistable signs and tools. *Subjectivity*, (6), 79-100. <https://doi.org/10.1057/sub.2012.29>
- Haunschild, A. (2004). Contingent work: The problem of disembeddedness and economic reembeddedness. *Management Revue*, 15(1), 74-88. <https://www.jstor.org/stable/41783451>
- Jabagi, N., Croteau, A.-M., Audebrand, L.K. y Marsan, J. (2019). *Gig-workers' motivation: thinking beyond carrots and sticks by connecting workers*. *Journal of Managerial Psychology*, 34(4), 192-213. <https://doi.org/10.1108/JMP-06-2018-0255>
- Karriker, J.H., Hartman, N.S., Cavazotte, F. y Grubb, W.L. (2021). Identity in the *gig economy*: affect. and agency. *Journal of Organizational Psychology*, 21(2), 146-159. <https://doi.org/10.33423/jop.v21i2.4200>
- Keith, M., Harms, P. D. y Long, A. C. (2020). Worker health and well-being in the *gig economy*: A proposed framework and research agenda. En P. L. Perrew y C. H. Chang (Eds.). *Research in Occupational Stress and Well-Being* (Vol. 18, pp. 1-34). Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/S1479-355520200000018002>
- Kreiner, G. E. y Ashforth, B. E. (2004). Evidence toward an expanded model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 25, 1-27. <https://doi.org/10.1002/job.234>
- Kuhn, K. (2016). The Rise of the “*Gig Economy*” and Implications for Understanding Work and Workers. *Industrial and Organizational Psychology*, 9(1), 157-162. <https://doi.org/10.1017/iop.2015.129>
- Lemke, R. (2019). Digital Services Mediated by Online Labor Platforms: Contingent Work Arrangements, Job Precariousness, and Marginal Social Identities. *Psychosociological Issues in Human Resource Management*, 7(1), 66-71. <https://doi.org/10.22381/PIHRM7120198>
- Lepanjuuri K., Wishart R. y Cornick P. (2018). *The Characteristics of Those in the Gig Economy: Final Report*. BEIS.

- Liu, W., He, C., Jiang, Y., Ji, R. y Zhai, X. (2020). Effect of gig workers' psychological contract fulfillment on their task performance in a sharing economy—a perspective from the mediation of organizational identification and the moderation of length of service. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(7), 2208. <https://doi.org/10.3390/ijerph17072208>
- Mael, F.A. y Ashforth B.E. (1995). Loyal from day one-biodata, organizational identification, and turnover among newcomers. *Personnel Psychology*, 48(2), 309-334. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1995.tb01759.x>
- Miracomosehace (s.f.). ¿Cómo trabajar en Rappi? - ¿Qué necesito para ser repartidor? «Soy Rappi» (Requisitos). <https://miracomosehace.com/trabajar-rappi-necesito-ser-repartidor-rappi-requisitos/>
- Miscenko, D. y Day, D. V. (2016). Identity and identification at work. *Organizational Psychology Review*, 6(3), 215-247. <https://doi.org/10.1177/2041386615584009>
- Petriglieri, G., Ashford, S.J. y Wrzesniewskin, A. (2019). Agony and Ecstasy in the Gig Economy: Cultivating Holding Environments for Precarious and Personalized Work Identities. *Administrative Science Quarterly*, 64(1), 124-170. <https://doi.org/10.1177/0001839218759646>
- Rahman, H.A. (2021). The Invisible Cage: Workers' Reactivity to Opaque Algorithmic Evaluations. *Administrative Science Quarterly*, 66(4), 945-988. <https://doi.org/10.1177/00018392211010118>
- Rosenblat, A. (2016). *What motivates gig economy workers*. Harvard Business Review. <https://hbr.org/2016/11/what-motivates-gig-economy-workers>
- Scully-Russ, E. y Richard Torraco, R. (2020). The Changing Nature and Organization of Work: An Integrative Review of the Literature. *Human Resource Development Review*, 19(1), 66-93. <https://doi.org/10.1177/1534484319886394>
- Shibata, S. (2019). Gig Work and the Discourse of Autonomy: Fictitious Freedom in Japan's Digital Economy, *New Political Economy*, 25(4), 535-551. <https://doi.org/10.1080/13563467.2019.1613351>
- Soto, A. y Gaete, T. (2013). Tensiones en la construcción identitaria individualizada en el trabajo flexible. *Universitas Psychologica*, 12(4), 1167-1180. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.UPSY12-4.tcii>



- Spreitzer, G. M., Cameron, L. y Garrett, L. (2017). Alternative work arrangements: Two images of the new world of work. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 4(1), 473-499. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-032516-113332>
- Tramitarlo. (s.f.). *Trabajar en PedidosYa: Cómo ser repartidor*. <https://tramitarlo.com.ar/trabajar-en-pedidosya/>
- Uber (s.f.). *Haz entregas con Uber Eats*. <https://www.uber.com/es/es-es/deliver/>
- Vesga, J. J. (2018). Identidad colectiva: un concepto lábil en el contexto de las relaciones de trabajo en la actualidad. En M. García Rubiano (Ed.), *Actualizaciones en psicología organizacional* (pp. 11-22). Editorial Universidad Católica de Colombia.
- Watson, G.P., Kistler, L.D., Graham, B.A. y and Sinclair, R.R. (2021). Looking at the *Gig* Picture: Defining *Gig* Work and Explaining Profile Differences in *Gig* Workers' Job Demands and Resources. *Group & Organization Management*, 46(2), 327-361. <https://doi.org/10.1177/1059601121996548>
- Wood, A.J., Graham, M., Lehdonvirta, V. and Hjorth, I. (2018). Workers of the internet unite? Online freelancer organization among remote *gig* economy workers in six Asian and African countries, *New Technology, Work and Employment*, 33(2), 95-112. <https://doi.org/10.1111/ntwe.12112>
- Zenger, T. R., Félin, T. y Bigelow, L. (2011). Theories of the firm - Market boundary. *The Academy of Management Annals*, 5(1), 89-133. <https://doi.org/10.1080/19416520.2011.590301>