

Mercado Libre, trabajo cautivo

Por: Jacovin América Latina. 18/11/2021

Mercado Libre transformó completamente nuestras prácticas de consumo. En muchos casos sus servicios nos facilitaron la vida. La imagen de la empresa transmite la idea de un capitalismo moderno, capaz de mantener felices a consumidores y trabajadores de no ser por el escollo de un Estado que impide la libre circulación de las mercancías.

Mercado Libre, el primer «unicornio argentino», suele copar los titulares de los diarios de la región. Tanto la imagen de la empresa como su fundador, el macrista confeso Marcos Galperín, transmiten la idea de un capitalismo moderno, que sería capaz de mantener felices a consumidores y trabajadores de no ser por el escollo de un Estado que impide la libre circulación de las mercancías.

Militante antisindical y abierto defensor de la reforma laboral, Galperín [se precia](#) de garantizar condiciones de trabajo con beneficios que están por encima de la ley. Aunque a juzgar por la denuncia viralizada en Twitter a principios de año, no todos los empleados [concuerdan](#) con el jefe, no deja de ser cierto que las ofertas de su empresa resultan atractivas para muchas personas.

Del otro lado del mostrador, Mercado Libre transformó completamente nuestras prácticas de consumo. En muchos casos sus servicios nos facilitaron la vida. De hecho, en poco más de veinte años, estamos tan acostumbrados a la convivencia, que nos cuesta imaginar el retorno a nuestra existencia anterior. Sin embargo, la otra cara de la moneda parece ser la exacerbación de un afán de gasto desbocado, que responde a la explotación de patrones conductuales que nosotros mismos ignorábamos.

Entonces, ¿qué hacemos con Mercado Libre? Antes de responder, más vale conocer un poco mejor el paño. Con ese objetivo conversamos con Cecilia Rikap, especialista en economía de la ciencia, la tecnología y la innovación y autora de [Capitalism, Power and Innovation. Intellectual Monopoly Capitalism Uncovered](#)

(Routledge, 2021), quien tuvo a bien responder con paciencia y hasta precisar nuestras preguntas legas.

VH

A fines de octubre, muchos medios levantaron la paritaria que cerraron los trabajadores de la UTCyDRA, especialmente significativa en el caso de Mercado Libre [MELI]. ¿Qué hay detrás de ese acuerdo? ¿Cómo se vincula con la conocida política antisindical de la empresa?

CR

Propongo expandir el horizonte de la pregunta. Usualmente el foco de las discusiones sobre el mercado de trabajo termina gravitando en torno al nivel de salario y deja de lado el debate acerca de qué representa ese salario en relación al trabajo realizado y a las condiciones en las que los trabajadores desarrollan sus tareas.

Por ejemplo, Amazon, en EE. UU., también paga a sus trabajadores más del salario mínimo y, en general, más de lo que pagan otras empresas por tareas similares (como el gigante Walmart). Sin embargo, la jornada de trabajo es sumamente extenuante y los trabajadores se someten a un nivel de control y desgaste físico y también emocional (hasta deben usar una pulsera que transmite información sobre los movimientos de sus manos), mayor que en otras empresas que ofrecen trabajos similares. Los turnos, además, son rotativos, lo que genera mayores riesgos de estrés laboral y afecta el ciclo circadiano.

Algo similar pasa en MELI, que aparte tiene un convenio colectivo descentralizado a nivel de empresa. Es sabido que estos convenios limitan el accionar de los sindicatos al fragmentar la capacidad de organización de sus afiliados («divide y reinarás», según enseña el dicho popular). Cabe agregar también que, en algunos sectores, al igual que Amazon, MELI [terceriza empleos](#). Es el caso de parte de su servicio de entregas de compras realizadas en su plataforma de comercio electrónico, donde sigue un modelo de [uberización](#): en lugar de contratar a empresas dedicadas al servicio de envío de paquetes, contrata individuos que tienen sus propios medios de transporte y les paga menos.

Otra similitud con Amazon es la preferencia por les empleadas no sindicalizadas. La larga tradición de organización obrera de la Argentina representa un problema en el caso de MELI. La empresa intenta sortearlo, no solo mediante acuerdos propios, cuando es posible, sino también mediante el reaseguro de que esos trabajadores no harán huelga. Como dijeron hace más de un año sus propios directivos en el marco del [paro de trabajadores de Correios \(Brasil\)](#), frenar las entregas es lo peor que puede pasar en su negocio. De modo que pagar mejores salarios, siempre que eso permita que los trabajadores acepten mayores presiones laborales, terminen rindiendo más por hora trabajada y, además, no hagan paro, es una ecuación que a MELI le cierra.

VH

En 2019, cuando el mismo sindicato firmó el Convenio Colectivo vigente en MELI, se dijo que representaba el modelo de reforma laboral impulsada por el macrismo. ¿Cuáles son los rasgos más importantes de ese convenio?

CR

Es un contrato de trabajo estructurado en torno a un «banco de horas». Es decir, se compensan jornadas extendidas con otras más cortas, sin pago de horas extra. Otro rasgo que muestra bien el intento de MELI de avanzar contra los derechos laborales, conquistados en Argentina luego de largos años de lucha, es que [el convenio] llega incluso a impedir la realización de medidas de fuerza sin pasar por una instancia de negociación previa. Es decir, avanza en flexibilizar las condiciones laborales.

Cuando los trabajadores necesitan más ingresos porque no llegan a fin de mes, pagar más es una estrategia extorsiva exitosa, que muchas veces logra que acepten resignar derechos adquiridos. Pero, en última instancia, el problema es que, a mediano y largo plazo, les trabajadores están perdiendo el derecho a luchar por mejores condiciones de trabajo y también por mejores salarios. De modo que, aun si logran ganar más hoy, reducen las chances de mantener su posición en el futuro.

VH

Más allá de los pocos trabajadores que caen bajo ese acuerdo, ¿cómo funciona la estructura de distribución de MELI? No sé si viste la película de Ken Loach —en Argentina se estrenó con el título

Lazos de familia— que retrata un poco el «modelo Amazon». ¿Es así?

CR

La vi apenas se estrenó y me hizo llorar muchísimo. Si tuviera que marcar una diferencia entre lo que pasa con estos modelos de *uberización*, «gig economy» o nuevas formas de precarización laboral en los países centrales, y lo que pasa en los países periféricos, como los de América Latina, diría que la diferencia es que acá partimos de un piso mucho más bajo que en los países del Norte. Además, en nuestra región, el trabajo de plataformas se usa muchas veces como segundo empleo, justamente por los bajos salarios percibidos a nivel general. Entonces, estamos frente a un deterioro enorme de las condiciones de vida de estas personas, que pasan a trabajar una doble jornada (a la que se suma, principalmente en el caso de las mujeres, la jornada de trabajo de cuidados domésticos).

Lo «novedoso» del modelo —este sí es un rasgo común a Norte y Sur— es que se diluye la relación laboral. El chofer de Uber (o quien hace entregas para Amazon, MELI, Rappi, Pedidos Ya, etc.) no es considerado un trabajador, sino un «emprendedor» o un «socio». Por supuesto, eso no es verdad. Esa persona no realiza el trabajo porque tenga una idea creativa que quiere transformar en un negocio rentable, un proyecto que lo motiva y toda la mística que se le quiera agregar a la idea de «emprendedor». Los trabajos poco calificados de la economía de plataformas son trabajos a los que se recurre porque «no queda otra», porque hace falta llevar más plata al hogar y punto. Y quienes los realizan no son «socios»: si lo fueran, compartirían las ganancias, y eso no sucede. En realidad, sucede que el trabajador pone hasta el compromiso del capital tangible (la inversión que representa el auto, la bicicleta, etc.), de modo que la empresa se ahorra ese costo fijo.

Como sea, cuando baja la demanda, quien sufre principalmente las consecuencias es ese trabajador, que solo cobra mientras trabaja y que no tiene derecho laboral alguno. Además, habría que agregar que quien controla su trabajo es una aplicación, de modo el trabajador no puede quejarse nunca de nada, solo obedecer, si quiere —o más bien, porque necesita— seguir trabajando.

Y digo que es eso lo novedoso, porque si de condiciones de trabajo inhumanas se trata, basta ver los talleres clandestinos, o las fábricas que utilizan mano de obra

intensiva en los países asiáticos y hasta en México, que se integran como los eslabones más débiles de las cadenas globales de valor dominadas por las grandes empresas de los países centrales.

VH

No sé si es correcto, pero uno tiende a imaginarse a MELI como una especie de Amazon miniatura. Supongamos que sea el caso. En 2014 la ITUC votó a Jeff Bezos como el [peor jefe del mundo](#). Sin embargo, uno se encuentra con gente que trabaja en MELI y está muy conforme con sus condiciones laborales. ¿Cómo se explica? ¿MELI garantiza mejores condiciones que otras empresas en un mercado laboral deteriorado? ¿O la situación varía mucho de acuerdo al tipo de trabajo realizado en la empresa?

CR

La situación varía mucho de acuerdo al trabajo que se hace en la empresa. Hasta donde sé, MELI no paga salarios suficientemente competitivos a nivel internacional para la industria del software, pero sí paga salarios altos en relación a otros empleadores locales. Puede hacerlo porque es una empresa multinacional que cotiza en EE. UU. Eso es algo que no hay que perder de vista.

Por otra parte, efectivamente en nuestra región, al ser la informalidad mucho más alta que en los países centrales, tener un trabajo en blanco parece un privilegio. Entonces, aunque MELI no ofrece mejores condiciones laborales para todos sus trabajadores, sucede que para quienes están peor que el resto no deja de ser una posibilidad de obtener una remuneración y suele ser mejor que en el sector informal poco calificado al que esas personas tienen acceso.

En definitiva, no es que Galperín sea mejor jefe, sino que las condiciones generales del mercado de trabajo en nuestra región son peores.

VH

Si busco rápido en internet, encuentro que el 80% de los trabajadores de MELI son empleados del área IT. ¿Qué pasa con la representación sindical de esos trabajadores más calificados (programadores, etc.)? ¿Existe un interés real en sindicalizarse? Pienso en que tienen buenos salarios, un régimen de trabajo y beneficios bastante... ¿envidiables?

CR

En realidad, al 31 de diciembre de 2020, según el *annual report*, de un total de 15 546 trabajadores, los empleados del área de IT son solo 5201. De modo que, *grosso modo*, representan solo un tercio de los trabajadores.

En general, en Argentina y en el mundo, los trabajadores de sistemas ganan, en promedio, mejores salarios que el resto. No obstante, en Argentina, los empleados *junior* cobran bastante poco. Pero aun así, sobre todo por la competencia internacional (un desarrollador puede [trabajar desde su casa para Silicon Valley](#)), las empresas que operan en Argentina se ven obligadas a pagar mejores salarios. Obviamente, no sin dejar de quejarse ante el gobierno, o intentar frenar la posibilidad de que los trabajadores locales trabajen para empresas extranjeras.

VH

Releyendo algunas noticias sobre la [creación del sindicato](#) de los empleados de Alphabet (Google), me queda la sensación que el interés principal de esos trabajadores no era tanto la puja salarial, sino influir en la responsabilidad social y política de la empresa... ¿Cabe esperar algo así en el caso de MELI?

CR

De los trabajadores más calificados, seguramente, pero no del resto. No tenemos que olvidar que las empresas como MELI y Amazon tienen una gran parte de su planta de trabajadores haciendo tareas principalmente manuales a cambio de salarios relativamente bajos. La heterogeneidad del mercado laboral se expresa muy vívidamente al interior de esas empresas. En el caso de los trabajadores calificados, como realizan tareas mejor remuneradas en el mercado nacional y global, el reclamo salarial no siempre será el central. Y digo «no siempre», porque podría

llegar a serlo, sobre todo a nivel nacional, si tenemos en cuenta que les desarrolladores que trabajan para MELI podrían ganar mucho más trabajando para Silicon Valley (además de que cobrarían en dólares).

Entonces, lamentablemente, en el caso de esos trabajadores el camino para ganar más no es la organización sindical a nivel nacional. Saben que el techo de lo que pueden ganar en Argentina, lucha mediante, es más bajo de lo que podrían ganar afuera. Eso no significa que no se organicen sindicalmente a nivel nacional (de hecho, a veces lo hacen), pero sí significa que, en un contexto en el que las empresas y el capitalismo en general están globalizados, se plantea el desafío de pensar la organización sindical a nivel regional y mundial.

VH

¿Cómo funciona concretamente MELI? ¿De dónde vienen sus ganancias? Entiendo que la plataforma comercial no es tan importante como el procesamiento de datos, pero no es una idea fácil de comprender. ¿Cómo se monetizan esas actividades? Quiero decir, ¿cómo funciona la recolección de datos en términos económicos?

CR

Aunque es gratis publicar, MELI obtiene ingresos de las comisiones que cobra por la venta de productos en su sitio. Aparte, gana con la publicidad (los vendedores pueden elegir promocionar sus productos), gana con la venta de productos propios (esto es reciente) y cobra por realizar envíos. Luego tenemos los ingresos asociados a su costado Fintech (Mercado Pago, Mercado Crédito), casos en los que también cobra comisiones. El principio es siempre el mismo: ofrecer precios bajos o servicios gratuitos para los consumidores, a cambio de sus datos, que MELI analiza para expandir sus negocios (las ventas en su plataforma, su negocio Fintech, etc.). El sistema es muy efectivo a la hora de evadir las regulaciones de defensa de la competencia, porque los precios bajos hacen que los consumidores paguen precios muy bajos y usen cada vez más los servicios de MELI.

Los datos que recolectan de las personas que operan en sus plataformas son procesados con inteligencia artificial para detectar patrones de consumo individuales y luego incentivarnos a consumir más productos en función de lo que

supuestamente queremos. Así logran *targetear* a cada consumidor con el fin de maximizar sus ventas. En fin, nos «tientan» a comprar esas cosas que el algoritmo entiende que es más probable que queramos o necesitemos. De esa forma, la empresa maximiza nuestro consumo, las comisiones que MELI cobra a quienes venden en su plataforma y, más recientemente, maximiza también las ventas directas de sus propios productos.

Con los datos financieros pasa algo parecido. MELI usa los datos de la gente que consume y que ofrece productos en su plataforma (que son datos de transacciones) para definir la capacidad de pago de la gente y analizar las ventas de las empresas que operan en su plataforma. De esta manera, puede anticipar perfiles de riesgo y definir a quién otorgar créditos y bajo qué condiciones.

VH

¿Cómo hace para subsistir una empresa como MELI que, comparada con Amazon o Alibaba, parece más bien pequeña? ¿Se beneficia en este punto de regulaciones estatales que son desfavorables a sus competidoras o simplemente puso el pie primero en la región y por eso gana?

CR

Empezaría aclarando que no «subsiste», sino que acumula a un ritmo cada vez más acelerado; es la empresa con mayor capitalización de mercado de América Latina. Dicho eso, efectivamente es muy pequeña si se la compara con, por ejemplo, las ventas y capitalización de mercado de Amazon o Alibaba (alrededor de 1% a 5% en ventas y 5% en relación con Alibaba y 17% en relación con Amazon en capitalización de mercado).

Sucede que cuando MELI empezó a funcionar, los mercados en los que operaba no eran prioridad de Amazon ni de Alibaba. En eso influyeron varios factores. En primer lugar, la distancia: Amazon se enfocó primero en países ricos/centrales, mientras que Alibaba puso su foco en China, luego en otros países asiáticos y solo más tarde en los países del Norte. En segundo lugar están las particularidades regionales: MELI supo adaptar las innovaciones de Amazon, Alibaba (y en su momento también de eBay) a las especificidades de América Latina. Por ejemplo, métodos de pago, plazos en que libera los cobros de los vendedores, o la capacidad de identificar que

Mercado Pago era una oportunidad, algo que no es tan así en los países centrales, aunque sí en China (eso explica el éxito de AntGroup). Esos elementos contribuyen a explicar el éxito de MELI. Una vez logrado el [efecto de red](#), aun si no deja de ser una competencia, la presencia de Amazon en México y Brasil no es en absoluto determinante.

Lo que sí sucede es que las posibilidades de MELI de expandirse más allá de América Latina son muy limitadas, porque esas otras empresas ya dominan los demás mercados. Eso además de otra fuerte fuente de dependencia, que es el negocio en la nube. MELI usa [Amazon Web Services](#). Es decir que depende de la empresa más grande en su rubro para alojar y analizar sus datos. Es una fuente de riesgo económico para MELI y lo es también para muchas otras empresas, como reconocen, por ejemplo, Netflix y Booking, que compiten con gigantes digitales de los que a la vez dependen para procesar y almacenar sus datos.

VH

Hay que confesar que, desde el punto de vista del consumidor, no solo es muy cómodo comprar en MELI, sino que muchos de los servicios que ofrecen terminan facilitándonos la vida. ¿Cómo hacemos para quedarnos con lo bueno? ¿Qué políticas públicas necesitamos para regular el funcionamiento de estas empresas?

CR

Totalmente, y desde la pandemia se han vuelto aún más necesarios. De hecho, lo más eficiente para la sociedad sería que hubiera un gran Marketplace único, donde fuera posible comparar los precios de todo y contar con una oferta *targeteada* de acuerdo a nuestros intereses. Eso nos ahorraría tiempo y nos daría más opciones a la hora de comprar. El algoritmo sería cada vez más eficiente a la hora de orientarnos en nuestras compras, y eso sería beneficioso.

El problema son las bases o fundamentos del modo en que operan las empresas de capital que proveen estos servicios. Lo hacen en búsqueda del beneficio propio, es decir, incentivan el consumismo y absorben parte de la ganancia de otras empresas, lo que lleva a que estás últimas a descarguen sobre sus trabajadores una parte de ese peso, con el fin de compensar sus pérdidas. Entonces, al final del día, el

consumidor, que es un trabajador, sale perdiendo, aun si no lo percibe tan claramente.

Necesitamos una provisión pública de estas plataformas que sea gratuita y que no incentive el consumismo. El riesgo, por supuesto, es que los datos son una fuente enorme de poder y ganancia económica. Por eso, tanto el Estado como esta hipotética empresa pública a cargo de la gestión del servicio, deberían estar regulados por la sociedad. Y eso plantea la necesidad de instituciones nuevas.

Por supuesto, un punto que hay que considerar es que en muchos casos —por ejemplo, el buscador de Google— estamos hablando de servicios digitales que son globales, es decir que un solo Estado no sería capaz de proveerlos. Pero generalmente, cuando está en juego el comercio electrónico, hasta las plataformas globales operan con portales por países: así lo hacen MELI y Amazon. En esos casos es más sencillo pensar esquemas en los que todes —y no solo unas pocas empresas— podamos beneficiarnos de la tecnología, y es importante que lo hagamos, porque nunca hay que olvidar que los desarrollos científicos y tecnológicos sobre los que se fundan todas esas plataformas surgen de investigaciones financiadas al menos parcialmente con fondos públicos y realizadas por trabajadores del sector público de múltiples países del mundo.

[LEER EL ARTICULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: Portal alba

Fecha de creación
2021/11/18