



Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), julio-agosto 2025,
Volumen 9, Número 4.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i2

IMPACTO DE PEDIDOS YA EN LA ECONOMÍA GIG: ANÁLISIS DE LA VISIBILIDAD Y EL RENDIMIENTO DE LOS COMERCIOS LOCALES EN SANTIAGO

**IMPACT OF ORDERS NOW ON THE GIG ECONOMY:
ANALYZING THE VISIBILITY AND PERFORMANCE OF
LOCAL BUSINESSES IN SANTIAGO**

Liriol Miranda Pino

Universidad de Panamá

Patricia L. Gil Miranda

Universidad de Panamá

Diana Jaramillo

Universidad de Panamá

Perla G. Ruíz Cortez

Universidad de Panamá

Fátima L. Díaz

Universidad de Panamá

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i4.19638

Impacto de Pedidos ya en la Economía Gig: Análisis de la Visibilidad y el Rendimiento de los Comercios Locales en Santiago

Liriol Miranda Pino¹

liriol.miranda@up.ac.pa

<https://orcid.org/0009-0003-0045-2920>

Universidad de Panamá

Panamá

Patricia L. Gil Miranda

plgm0994@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0008-3945-8402>

Universidad de Panamá

Panamá

Diana Jaramillo

dianab.jaramillo@up.ac.pa

<https://orcid.org/0009-0006-6930-6253>

Universidad de Panamá

Panamá

Perla G. Ruíz Cortez

perla.ruiz@up.ac.pa

<https://orcid.org/0009-0004-2974-2486>

Universidad de Panamá

Panamá

Fátima L. Díaz

fatimadiaz1600@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0005-7666-1563>

Universidad de Panamá

Panamá

RESUMEN

La investigación analiza el impacto de la plataforma Pedidos Ya en la economía local de Santiago, Panamá, evaluando su influencia en la visibilidad y rendimiento de pequeños comercios. Los antecedentes indican un crecimiento de la economía gig, facilitado por la digitalización del comercio, que ha permitido a plataformas como Pedidos Ya expandir su alcance. El objetivo principal es medir cómo esta adopción afecta las ventas y la percepción de los comerciantes. Se fundamenta en teorías como la economía de pequeños encargos y la digitalización del comercio, además del modelo de mercado laboral dual, que distingue entre empleos estables y precarios. La metodología empleada es un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos, incluyendo encuestas a consumidores y comerciantes. Los resultados revelan que el 88,3% de los comerciantes ha experimentado un aumento en ventas, y un 85% considera que la plataforma mejora su visibilidad. Sin embargo, un 38,3% percibe las comisiones como injustas. La discusión destaca tanto las oportunidades que ofrece Pedidos Ya como los desafíos de la economía gig, sugiriendo la necesidad de políticas públicas que equilibren innovación y derechos laborales.

Palabras claves: aumento de ventas, competencia, pequeños negocios, visibilidad, condiciones laborales

¹ Autor principal

Correspondencia: liriol.miranda@up.ac.pa

Impact of Orders Now on the Gig Economy: Analyzing the Visibility and Performance of Local Businesses in Santiago

ABSTRACT

This research analyzes the impact of the Pedidos Ya platform on the local economy of Santiago, Panama, evaluating its influence on the visibility and performance of small businesses. Background information indicates a growth in the gig economy, facilitated by the digitalization of commerce, which has allowed platforms like Pedidos Ya to expand their reach. The primary objective is to measure how this adoption affects sales and merchant perceptions. The study is grounded in theories such as the economy of small tasks and the digitalization of commerce, along with the dual labor market model, which distinguishes between stable and precarious jobs. The methodology employed is a mixed-methods approach, combining quantitative and qualitative methods, including surveys of consumers and merchants. Results reveal that 88.3% of merchants have experienced increased sales, and 85% believe the platform enhances their visibility. However, 38.3% perceive the commissions as unfair. The discussion highlights both the opportunities presented by Pedidos Ya and the challenges of the gig economy, suggesting the need for public policies that balance innovation with labor rights.

Keywords: sales increase, competence, small businesses, visibility, labor conditions

*Artículo recibido 04 Agosto 2025
Aceptado para publicación: 29 Agosto 2025*



INTRODUCCIÓN

La presente investigación busca evaluar cómo la adopción de Pedidos Ya ha influido en la visibilidad de los pequeños comercios en Santiago, analizando datos de encuestas que reflejan la percepción de consumidores y comerciantes. Se explorarán variables como el aumento en las ventas, la frecuencia de uso de la aplicación, y la percepción sobre comisiones, proporcionando un marco teórico que vincule estos resultados con las dimensiones de la economía gig. Además, se discutirá cómo las experiencias de los comerciantes pueden variar, destacando la necesidad de estrategias de apoyo y capacitación para maximizar los beneficios de la plataforma. Este análisis buscará contribuir a la comprensión de la economía gig y su capacidad para generar oportunidades en el comercio local. La perspectiva teórica sugiere que la adopción de plataformas digitales puede mejorar significativamente la visibilidad de los negocios pequeños

En este contexto, Pedidos Ya se ha consolidado como una de las principales plataformas de entrega a domicilio en Santiago, Chile, influyendo tanto en las dinámicas de consumo como en la estructura del empleo local (González, 2020). Según, Lafuente (2021), PedidosYa: el gigante uruguayo es una empresa de tecnología latinoamericana, fundada en 2009 en Uruguay por Ariel Burschtin, Álvaro García y Rubén Sosenke. Su modelo de negocio se basa en el mercado de entrega o delivery de última milla que se identifica con el rojo que visten sus repartidores, conectando a usuarios con restaurantes, supermercados, farmacias y tiendas. Durante su evolución, la plataforma se expandió rápidamente por la región, llegando a países como Argentina, Chile, Brasil, Colombia, y Panamá, donde inició operaciones en 2017. En 2014, la empresa alemana *Delibera Hero* adquirió una participación mayoritaria, lo que le permitió expandirse globalmente. Actualmente el argentino Esteban Gutiérrez es el CEO del negocio de delivery en la región de América Latina. Pedidos Ya es una empresa de tecnología que usa dispositivos móviles para llegar a las empresas y consumidores. Este modelo de negocio es el líder en la región ubicándolo en la categoría de *unicornio*, con una valuación de aproximadamente \$2000 millones, con casi 20,000 mil repartidores. Cabe destacar, que durante la Pandemia tuvo un éxito exponencial en el volumen de sus transacciones. Todo esto ha dado paso a la economía gig, caracterizada por el trabajo flexible y a corto plazo a través de plataformas digitales.



Este fenómeno, impulsado por la proliferación de tecnologías móviles y la búsqueda de nuevas formas de generar ingresos, ha permeado diversos sectores económicos, incluyendo el de la entrega a domicilio.

Por otro lado, Sundararajan (2016), argumenta que la economía de pequeños encargos, llamada en inglés *freelance* está redefiniendo el futuro del empleo y dando pasos agigantados a un capitalismo impulsado por las tecnologías y las redes sociales (capitalismo de multitud). Según, (De Stefano, 2016), este modelo se caracteriza por la flexibilidad laboral y la oferta de servicios a través de plataformas digitales, que conectan a consumidores con proveedores de bienes y servicios.

De acuerdo a Zervas et al. (2017), las plataformas de entrega a domicilio no solo aumentan las ventas, sino que también permiten a los comercios superar barreras tradicionales como la ubicación y el horario de atención. En la encuesta realizada, el 88,3% de los encuestados reconoció un aumento en sus ventas gracias a Pedidos Ya, corroborando estas afirmaciones sobre el impacto positivo de la digitalización en el comercio local.

También, este trabajo, se basa en la teoría del mercado laboral dual, que postula la existencia de un sector primario con empleos estables y bien remunerados, y un sector secundario con empleos precarios y bajos salarios (Piore, 1970). No obstante, se considera el modelo de negocios de las plataformas digitales, que se caracteriza por la externalización de costos y riesgos a los trabajadores, quienes son clasificados como contratistas independientes en lugar de empleados (Weil, 2014).

Por consiguiente, este estudio examina la penetración de Pedidos Ya en el mercado local, analizando su impacto en las ventas, la visibilidad de los comercios pequeños, y la generación de empleo informal. La metodología empleada combina métodos cuantitativos y cualitativos, incluyendo encuestas a trabajadores de Pedidos Ya, consumidores y a comerciantes locales para comprender mejor la percepción de las variables.

Cabe destacar que existen estudios previos sobre el impacto de la economía gig en otros países de América Latina, que han documentado tanto los beneficios como los desafíos de este modelo laboral. Por ejemplo, Aloisi (2016) destaca la "mercantilización, flexibilización y subordinación" inherentes a la economía gig, donde el trabajo se convierte en una mercancía y los trabajadores pierden control sobre sus condiciones laborales.

Sin embargo, existe una escasez de investigaciones específicas sobre el caso de Panamá y, en particular, sobre el impacto de plataformas como Pedidos Ya en economías locales como la de Santiago. Es por todo esto, que el distrito de Santiago en Panamá ofrece, un contexto relevante para examinar cómo la economía gig se inserta en economías locales y cuáles son sus efectos en el mercado laboral, los ingresos de los trabajadores y la dinámica comercial. Es importante determinar si, la economía gig, a través de plataformas como Pedidos Ya, contribuye al desarrollo económico y social de Santiago, o si, por el contrario, genera nuevas formas de precariedad laboral y desigualdad. Según Standing (2011), señala que la economía gig está generando una nueva "*clase peligrosa*", el "*precarizado*", compuesta por trabajadores con empleos inseguros y sin protección social.

Se concluye la necesidad de comprender mejor las implicaciones de la economía gig en economías locales y de diseñar políticas públicas que promuevan un equilibrio entre la innovación tecnológica y la protección de los derechos laborales inclusivos y sostenibles, porque en Panamá estos empleados son informales y no hay datos precisos sobre los ingresos, pero las condiciones laborales si son precarias. Se nota un abandono en su presentación, las motos con llantas desgastadas y no manejan respetando las reglas de tránsito. Todo esto ha ocasionado muchos accidentes, en donde quedan tirados en las vías. Se espera, que la evidencia empírica del estudio permita ver a profundidad los puntos fuertes y débiles del impacto de Pedidos Ya en la economía gig a nivel local.

METODOLOGÍA

Tipo de Investigación

La presente investigación se enmarca dentro de un enfoque **mixto**, dado que busca medir y analizar el impacto de la plataforma Pedidos Ya en la economía local mediante la recolección de datos numéricos a través de encuestas estructuradas. Este enfoque permite establecer relaciones entre variables y generalizar los hallazgos a una población más amplia. Según Hernández et al. (2014), el enfoque cuantitativo descriptivo y exploratorio permite medir con precisión variables específicas, identificar patrones y establecer relaciones entre ellas, sin manipular el entorno.

Diseño Metodológico

Se usa un diseño descriptivo-correlacional, que permite describir las características de la población encuestada y analizar la relación entre las variables independientes y dependientes.

A través de este diseño, se buscará identificar patrones y tendencias en las respuestas de los encuestados, facilitando la comprensión del impacto de Pedidos Ya en la economía local.

Los ejes temáticos que permiten el desarrollo de la investigación son: impacto en ventas locales, visibilidad de pequeños parques empresariales, frecuencia de uso, decisión de compra, equidad de las comisiones cobradas por la plataforma, generación de empleo informal, calidad de servicio al cliente.

Cabe señalar que para hacer el análisis de correlación se tomó las principales variables a saber:

Impacto en las Ventas Locales: la cual mide la percepción del efecto que la utilización de Pedidos Ya ha tenido en el aumento de las ventas de los comercios locales. Recordemos que en un mercado tan chico como Santiago la palabra *delivery* es novedosa.

Frecuencia de Uso de Pedidos Ya: Esta variable cuantitativa refleja el tráfico de las veces que los encuestados utilizan la plataforma para realizar compras en un periodo determinado. Se analizará la relación entre la frecuencia de uso y el impacto percibido en las ventas de los parques empresariales que se encuentran en el directorio de la aplicación de Pedidos Ya.

Diseño Muestral

Población: La población objetivo está constituida por los usuarios de Pedidos Ya y los comerciantes locales en Santiago. Se estima que esta población que demanda el servicio asciende aproximadamente a mil usuarios y 50 comerciantes que usan la plataforma. Esto se logra calcular porque fuera de las empresas está el logo con la “P” roja y se pudieron contar y aparte las empresas nos dieron las estadísticas de los consumidores.

Tamaño de la Muestra: Esta se calcula utilizando la fórmula para muestras finitas, considerando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Esto resulta en una muestra aproximada de 60 encuestados. Según el Plan Colmena (2020), la Población del distrito de Santiago suma 101,177 personas y al fijarnos en el directorio de la plataforma hay en promedio cincuenta comercios, siendo los más activos los que despachan comida rápida.

Tipo de Muestreo: Se utiliza un muestreo estratificado. La estratificación permitirá segmentar a los encuestados en grupos homogéneos (usuarios y comerciantes) y asegurar que cada grupo esté adecuadamente representado en la muestra total. Dentro de cada estrato, se aplicará un muestreo aleatorio simple para seleccionar a los participantes.

Este enfoque es particularmente útil en este estudio sobre el impacto de Pedidos Ya en la economía local, porque permite garantizar que diferentes segmentos de la población estén representados de manera adecuada.

Entre los criterios a proponer se tomó en cuenta para hacer la estratificación del usuario que demanda el servicio las características demográficas como: edad, género, nivel socioeconómico, y frecuencia de uso de la plataforma. Los comerciantes se estratificaron por tipo de negocio (por ejemplo, restaurantes, tiendas de conveniencia, farmacias) y el volumen de ventas (bajo, medio, alto). Luego se tomó la ecuación estadística y se calculó en base a la población del distrito. Posteriormente se obtuvo la muestra de 60 encuestados y luego se escogieron en cada estrato de forma aleatoria para que todos tengan oportunidad en ser elegido.

La aplicación del muestreo estratificado en esta investigación no solo asegura una representación adecuada de diferentes segmentos de la población, sino que también mejora la calidad de los datos obtenidos, permitiendo un análisis más profundo y significativo de los resultados.

Por último, se le aplica la encuesta como fuente primaria, que permite recoger información auténtica y válida. Se usa *google forms* para hacer la encuesta, porque es una plataforma que genera las gráficas y base de datos de las preguntas hechas a los participantes en tiempo real. Toda la información cae en el correo de la investigadora principal para su respectivo análisis. También, se hace un código QR para que sea más fácil cargar en el dispositivo móvil. Las sesenta (60) encuestas son aplicadas siguiendo los estratos seleccionados por diez estudiantes de la Facultad de Economía de la Universidad de Panamá.

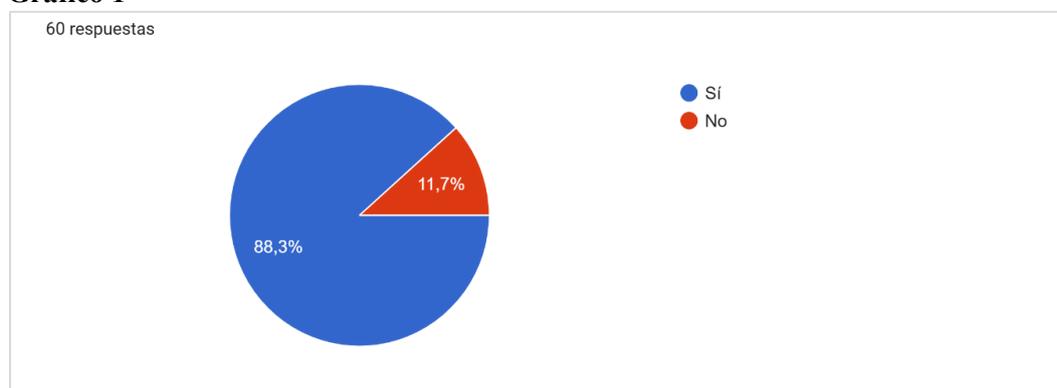
Ellos aplican encuestas para generar sus horas de servicio social y adquirir conocimientos de investigación para hacer sus proyectos.



RESULTADOS Y DISCUSIÓN

1 ¿Consideras que Pedidos Ya ha aumentado las ventas de los comercios locales en Santiago?

Gráfico 1

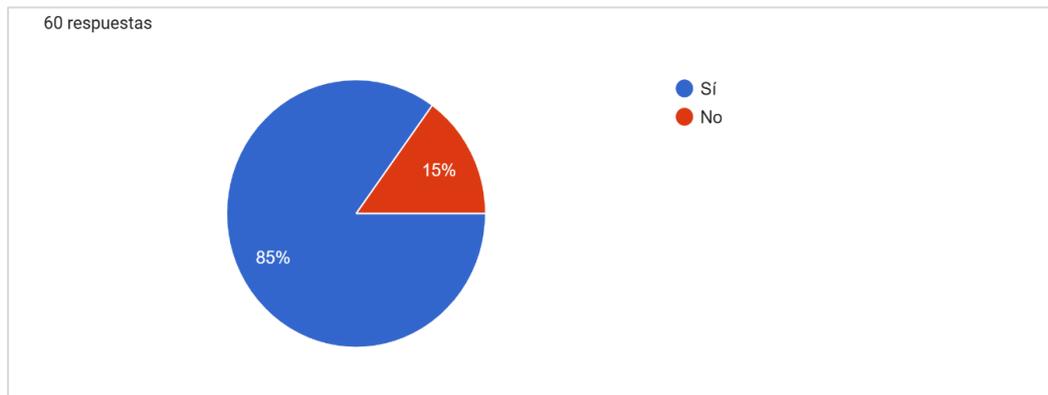


La alta proporción de encuestados que reconoce un incremento en las ventas gracias a *PedidosYa*, con un 88,3% de respuestas afirmativas, evidencia el notable impacto que esta plataforma digital ha generado en el comercio local del distrito de Santiago. Cabe señalar que este hallazgo es consistente con las observaciones de Morera (2023), quien menciona que la digitalización de la economía ha facilitado el acceso a nuevos mercados. Sin embargo, el 11,7% que no reporta un aumento sugiere que los beneficios no son uniformes, lo que plantea interrogantes sobre la efectividad de la plataforma en diferentes contextos comerciales. De acuerdo al análisis de Salazar (2020), argumenta que la digitalización ha transformado el comercio local al facilitar el acceso a nuevos mercados. Sin embargo, Morera y Salazar coinciden con el estudio al identificar los desafíos, como la percepción de las comisiones y la desigualdad en la experiencia comercial.

En estos casos, la falta de resultados podría responder a factores como una escasa visibilidad dentro de la app, problemas en la logística de entregas o costos operativos que disminuyen las utilidades esperadas. También es posible que ciertos sectores comerciales encuentren menos compatibilidad con el modelo de entrega a domicilio, o que no cuenten aún con estrategias de promoción adecuadas para destacar en un entorno digital competitivo. Esta disparidad en la experiencia de los usuarios resalta la importancia de brindar orientación técnica y apoyo comercial a los negocios que todavía no logran capitalizar plenamente las oportunidades que ofrece la plataforma. Además, se ve un ambiente empresarial muy tradicional y el desarrollo de las *fintech* está muy incipiente porque hay una brecha digital, territorial y educativa que se ha notado de forma significativa a través del este estudio.

2. ¿Crees que la plataforma ha mejorado la visibilidad de los negocios pequeños en el distrito?

Gráfico 2



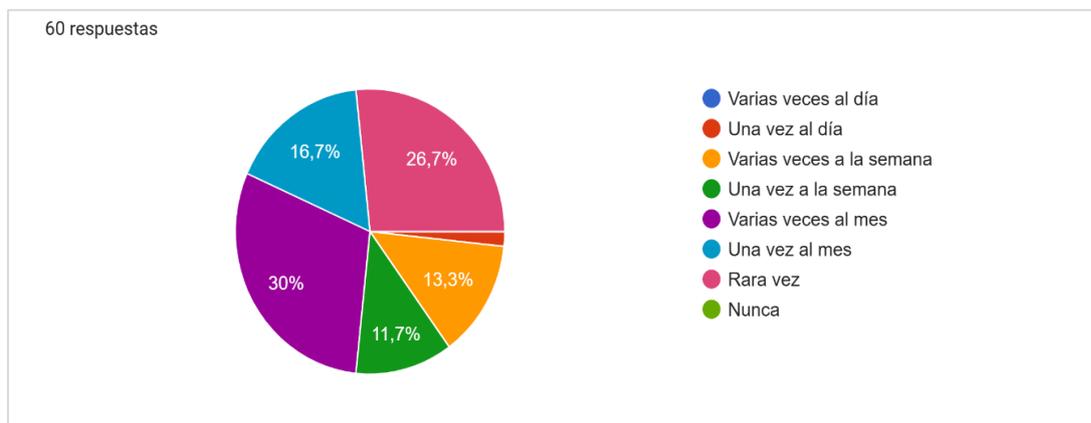
El hecho de que un 85% de los encuestados considere que *Pedidos Ya* ha mejorado la visibilidad de los negocios pequeños en Santiago revela el papel transformador que esta plataforma digital está desempeñando para comercios con menos recursos y alcance limitado. Además, la visibilidad de los comercios se ha visto fortalecida a través de estas plataformas. Un 85% de los participantes afirmó que *Pedidos Ya* ha mejorado su reconocimiento público, lo que resuena con las conclusiones de González (2020), quien argumenta que las plataformas digitales ofrecen a los pequeños negocios una exposición que antes era difícil de alcanzar. Sin embargo, es importante destacar que un 15% de los comerciantes no percibe mejoras en su visibilidad, lo que sugiere que no todos los negocios están aprovechando al máximo las oportunidades que brinda la digitalización (Wood et al., 2019). Esto puede deberse a la falta de estrategias de marketing digital efectivas o a la alta competencia en la plataforma. En lo que respecta a la alta competencia no es posible porque *Pedidos Ya* es la única plataforma que hay para hacer delivery a nivel local.

El estudio también aborda la generación de empleo. Un 85% de los encuestados asocia a *Pedidos Ya* con nuevas oportunidades laborales, aunque la naturaleza informal de estos empleos genera preocupaciones sobre la calidad y estabilidad laboral (Standing, 2011). Esta dualidad en la percepción del impacto de *Pedidos Ya* refleja una tensión inherente en la economía gig, donde las utilidades para los consumidores pueden no traducirse necesariamente en ventajas equitativas para los proveedores (Sundararajan, 2016).

Estos empleados informales están enfrentando cantidad de desafíos en Santiago porque se ha incrementado el desempleo en casi 9,5% y tiende a subir. Solo se mueve la economía en los primeros días de quincena. La sostenibilidad económica para los comerciantes locales es otro aspecto de relevancia que hay que considerar, porque la tendencia es que no hay muchos repartidores, porque la crisis económica es caótica y se les ve el deterioro en el equipo de trabajo y su vestimenta.

3. ¿Con qué frecuencia utilizas Pedidos Ya?

Gráfico 3



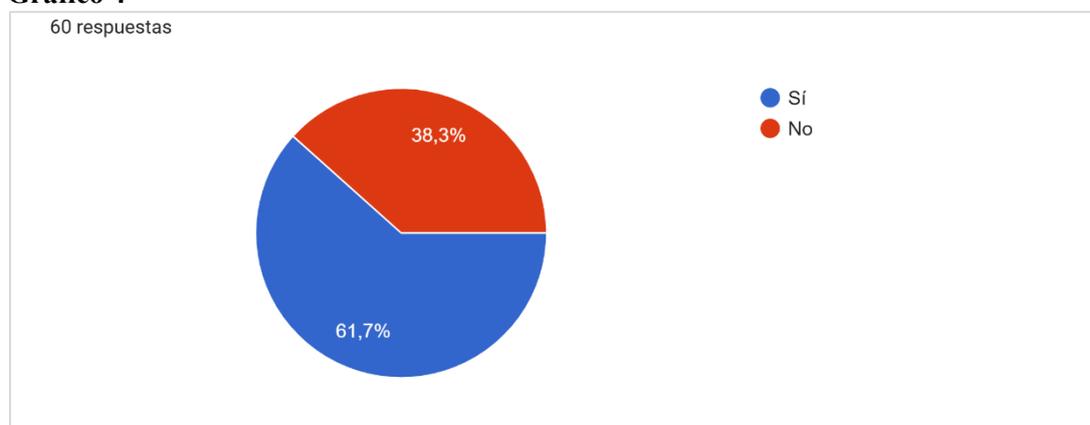
Los hábitos de uso en torno a *PedidosYa* en el distrito de Santiago ofrecen un panorama diverso y lleno de matices sobre cómo esta plataforma digital se ha insertado en la vida cotidiana de los consumidores. Si bien no se registraron casos de uso extremo como *varias veces al día* o *nunca*, los resultados revelan una tendencia hacia un uso moderado. El 30% de los encuestados la emplea *varias veces al mes*, y otro 16,7% indica utilizarla *una vez al mes*, lo cual sugiere que, para una parte significativa de los usuarios, esta herramienta digital funciona como un complemento ocasional a las formas tradicionales de compra. Lejos de reemplazar completamente la experiencia presencial, parece ser elegida en momentos estratégicos: cuando el tiempo apremia, durante fines de semana familiares, o ante situaciones imprevistas donde la comodidad toma prioridad.

Por otro lado, también se identifican patrones de uso más frecuentes. Un 13,3% afirma utilizar la aplicación *varias veces por semana*, mientras que un 11,7% lo hace al menos *una vez a la semana*. Este segmento apunta a perfiles con una mayor afinidad por los entornos digitales, probablemente personas con rutinas exigentes que encuentran en la plataforma una solución rápida y eficiente para resolver sus necesidades cotidianas.

Incluso el 1,7% que reporta utilizarla *diariamente*, aunque numéricamente pequeño, representa un grupo con fuerte dependencia del canal digital, donde la inmediatez y el acceso constante son prioritarios. A la par, un 26,7% declara utilizarla *rara vez*, reflejando la presencia de consumidores más cautelosos o escépticos, que aún no incorporan la aplicación de forma habitual, ya sea por razones económicas, experiencias previas o simplemente por preferencia hacia lo tradicional. Este conjunto de frecuencias de uso deja en evidencia que, si bien *PedidosYa* ha ganado terreno en Santiago, todavía existen oportunidades para fortalecer su presencia como una herramienta habitual en los hábitos de compra del distrito.

4. ¿Consideras que la comisión que cobra Pedidos Ya es justa para los comerciantes?

Gráfico 4



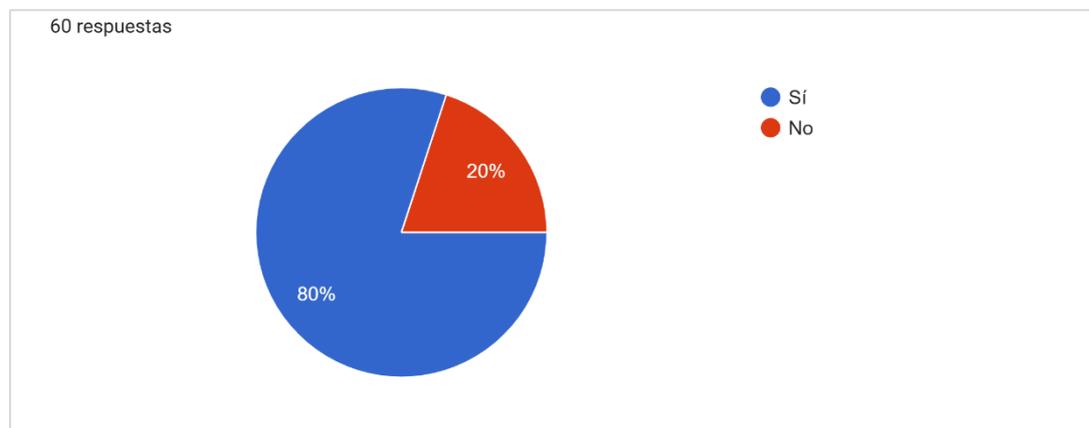
Una parte considerable de los encuestados, el 61,7%, valora como justa la comisión cobrada por *PedidosYa*, lo cual sugiere una apreciación generalizada del equilibrio entre costo y beneficio que ofrece la plataforma. Para estos negocios, el porcentaje que deben ceder se ve compensado por ventajas concretas: mayor exposición comercial, expansión de su clientela y una logística simplificada que reduce otras cargas operativas. Esta valoración también puede estar vinculada al tipo de empresa, ya que aquellos con mayor volumen de ventas o estructuras más consolidadas posiblemente perciben la comisión como una inversión más que como una pérdida.

En contraste, un 38,3% expresa que dicha comisión no es justa, lo que indica que todavía existe un segmento relevante que percibe este cobro como un obstáculo para la rentabilidad. En muchos casos, esta percepción negativa puede venir de pequeños comerciantes que operan con márgenes limitados y para quienes cada porcentaje descontado representa una disminución sensible en sus ingresos.

También influye el nivel de ventas alcanzado mediante la plataforma, ya que, si los pedidos no son constantes, el costo fijo de la comisión se vuelve más difícil de asumir. Este panorama revela una brecha importante en la percepción del valor que ofrece *PedidosYa*, lo que abre la posibilidad de revisar su política de comisiones o considerar esquemas diferenciados que reconozcan las realidades particulares de cada tipo de comercio.

5. ¿Crees que Pedidos Ya ha generado más competencia en el sector comercial local?

Gráfico 5



Un 80% de las personas encuestadas percibe que la presencia de *PedidosYa* ha incrementado la competencia entre los comercios locales de Santiago. Este fenómeno sugiere que la plataforma ha reconfigurado el entorno comercial al facilitar que más negocios, independientemente de su tamaño, puedan exhibir y distribuir sus productos a una audiencia más amplia.

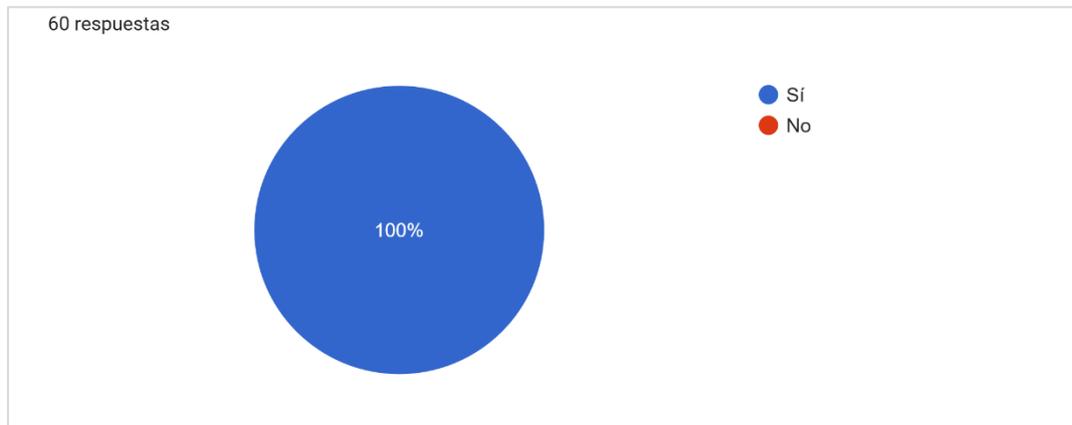
La afirmación de que el 80% de los encuestados ve un aumento en la competencia local se alinea con la tesis de Morera (2023), sobre cómo plataformas como Pedidos Ya transforman el ecosistema comercial al democratizar el acceso al mercado. Sin embargo, también se observa que un 20% de los participantes no percibe este cambio, lo que podría sugerir que la competencia no siempre se traduce en beneficios tangibles para todos los comerciantes. En comparación con otros países, donde plataformas similares han generado un efecto disruptivo, la experiencia en Santiago muestra que la digitalización requiere de un contexto favorable y una preparación adecuada por parte de los comercios.

Al abrir las puertas a una mayor variedad de oferentes, se genera una competencia más activa, que empuja a los comerciantes a mejorar aspectos clave como la calidad del servicio, la eficiencia

logística y la estrategia de precios. En este sentido, *PedidosYa* no solo funciona como un canal de ventas, sino como un catalizador de innovación y adaptación dentro del mercado local.

6. ¿Te gustaría que más comercios locales se unieran a la plataforma de Pedidos Ya?

Gráfico 6



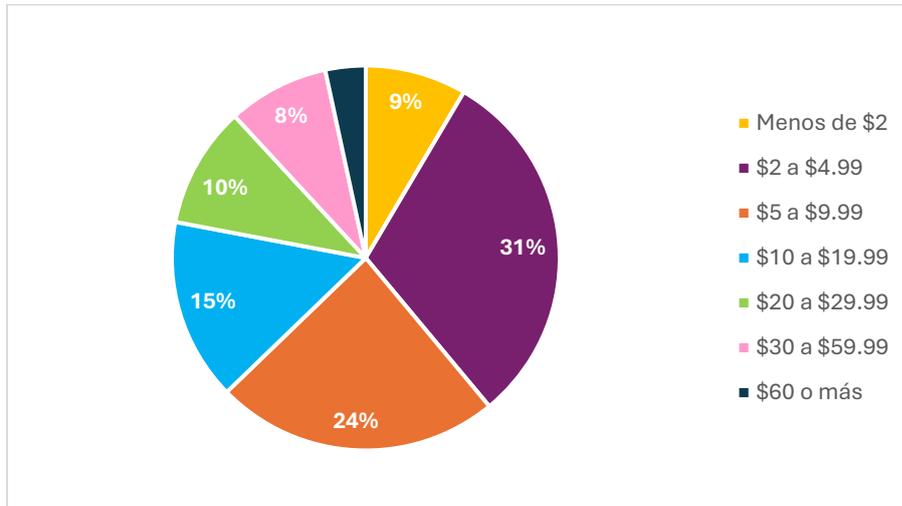
La unanimidad en las respuestas, con un 100% de los encuestados apoyando la incorporación de más comercios locales a *PedidosYa*, refleja un consenso sólido sobre el valor que esta plataforma digital aporta al comercio en Santiago. Desde la perspectiva tanto de usuarios como de comerciantes, ampliar la participación en la plataforma se percibe como una vía para generar mayores oportunidades, diversificar la oferta, mejorar la competitividad y fortalecer la economía local.

Una mayor inclusión de negocios no solo enriquece el catálogo de productos y servicios disponibles para los consumidores, sino que también dinamiza el mercado, promoviendo un entorno comercial más robusto y conectado. Este respaldo absoluto también evidencia el reconocimiento de los beneficios que *Pedidos Ya* aporta en términos de visibilidad, accesibilidad y conveniencia para ambas partes.

No obstante, para que esta expansión sea sostenible y efectiva, resulta esencial que la plataforma continúe adaptándose a las diferentes necesidades y capacidades de los comercios locales, garantizando que los beneficios superen los costos asociados como las comisiones y promoviendo un equilibrio que favorezca la inclusión y el desarrollo sustentable del sector.

7. ¿Cuánto has pagado cuando usas Pedidos Ya?

Gráfico 7



Nota: autora con google forms

Los datos revelan una tendencia marcada hacia pagos de bajo monto, lo que sugiere un patrón de uso frecuente y funcional, especialmente en consumidores que hacen pedidos esporádicos o resuelven necesidades inmediatas sin comprometer gran parte de su presupuesto.

El rango más común está entre \$2.00 y \$4.99, donde se concentra el 30% de las respuestas. Este comportamiento indica que un número significativo de personas utiliza el servicio para comprar productos de uso diario: comidas rápidas, meriendas, bebidas, productos de tiendas de conveniencia o de farmacias. Este tipo de gasto se relaciona con una capacidad de pago moderada y una lógica de consumo basada en la inmediatez y la comodidad, más que en el lujo o el volumen.

Le sigue un 23% de los usuarios que afirmaron pagar entre \$5.00 y \$9.99, lo que puede estar asociado con pedidos individuales de restaurantes formales o locales que tienen precios ligeramente más elevados. Esta categoría parece responder a quienes recurren a la plataforma en días específicos como fines de semana, horas de descanso laboral o por conveniencia al evitar desplazamientos. Si bien no es un gasto diario, sí se percibe como una inversión aceptable para resolver una necesidad puntual sin afectar demasiado la economía personal.

Entre quienes gastan \$10.00 a \$19.99 (15%) y \$20.00 a \$29.99 (10%) es probable que existan consumidores más fidelizados o familias que utilizan *Pedidos Ya* para realizar pedidos grupales, compartir comidas o abastecerse de manera ocasional.

Este tipo de uso refleja cierta planificación del gasto, compatible con un mayor nivel de ingreso o disponibilidad económica para incluir estos servicios como parte de la rutina.

También se identificaron usuarios que han realizado pagos entre \$30.00 y \$59.99 (8%) e incluso \$60.00 o más (3%). Aunque representan una minoría, estas cifras elevadas podrían estar relacionadas con comerciantes que utilizan la plataforma como canal complementario de venta o adquisición de insumos.

La frecuencia de uso de Pedidos Ya también es un indicador clave. El 75% de los encuestados indicó haber utilizado la aplicación en el último mes, lo que sugiere una fuerte adopción de esta herramienta en la rutina de consumo local. Esta tendencia se alinea con la investigación de Berg (2016), que indica que la conveniencia y la rapidez son factores determinantes en la elección de plataformas digitales para realizar compras. Sin embargo, la percepción negativa sobre las comisiones, con un 38,3% de comerciantes considerando que son injustas, plantea un dilema que debe ser abordado (Katz & Krueger, 2016). Estas altas comisiones pueden erosionar los márgenes de ganancia, especialmente para los pequeños restaurantes.

Por otro lado, un 8% indicó haber pagado menos de \$2.00, lo que puede deberse a promociones, uso de cupones, tarifas con descuento o estrategias de fidelización implementadas por la plataforma. Este grupo evidencia que el servicio también ha sido accesible para usuarios con presupuestos más limitados, lo cual democratiza su uso dentro de un contexto económico en el que muchas personas buscan optimizar sus recursos sin dejar de acceder a productos o servicios.

CONCLUSIONES

Impacto Positivo en Ventas: La investigación revela que un 88,3% de los comerciantes locales en Santiago reportan un incremento en sus ventas gracias a la adopción de Pedidos Ya. Esto sugiere que la plataforma ha facilitado un acceso a nuevos mercados, permitiendo a los pequeños negocios aumentar su clientela y, por ende, sus ingresos.

Mejora en la Visibilidad: Un 85% de los encuestados considera que Pedidos Ya ha mejorado la visibilidad de los comercios pequeños. Esta visibilidad se traduce en un reconocimiento público que antes era difícil de alcanzar, lo que resalta el papel crucial de las plataformas digitales en la democratización del acceso al mercado.



Generación de Empleo Informal: Aunque un 85% de los encuestados asocia Pedidos Ya con nuevas oportunidades laborales, la naturaleza informal de estos empleos plantea preocupaciones sobre la calidad y estabilidad laboral. La dualidad en la percepción del impacto económico refleja los desafíos inherentes a la economía gig.

Percepción de Comisiones: Un 38,3% de los comerciantes considera las comisiones cobradas por la plataforma como injustas, lo que indica que, aunque se perciben beneficios, también hay una carga significativa que afecta la rentabilidad de los pequeños negocios. Esto sugiere la necesidad de revisar la política de comisiones para favorecer un entorno más equitativo.

Contexto de Competencia: El 80% de los encuestados opina que Pedidos Ya ha incrementado la competencia en el sector comercial local. Sin embargo, un 20% no percibe este cambio, lo que indica que la digitalización debe ir acompañada de estrategias adecuadas para que todos los comerciantes puedan beneficiarse de la plataforma.

Por último, este estudio es un referente para darle seguimiento al personal, comercio y clientes que trabajan y demandan los productos y servicios que ofrece Pedidos Ya. Esto permitirá identificar diferencias en el impacto económico y social, así como las mejores prácticas que podrían implementarse en Santiago.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Berg, J. (2016). *Income Security in the On-Demand Economy: Findings and Policy Recommendations*.

González, M. (2020). *Impacto de las plataformas digitales en el comercio local*.

Katz, L. F., & Krueger, A. B. (2016). *The Rise and Nature of Alternative Work Arrangements in the United States, 1995-2015*.

Standing, G. (2011). *The Precariat: The New Dangerous Class*. Bloomsbury Academic.

Sundararajan, A. (2016). *The Sharing Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism*.

Wood, A. J., et al. (2019). *The gig economy: a critical review of the literature and future research directions*.



- Zervas, G., et al. (2017). *The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry*.
- De Stefano, V. (2016). The rise of the “just-in-time workforce”: On-demand work, crowd employment and labour protection in the “gig-economy”. *Conditions of Work and Employment Series No. 71*. International Labour Office.
- Aloisi, A. (2016). Commodification, flexibilisation and subordination: unpacking the ‘gig economy’. *Comparative Labor Law & Policy Journal*, 37(1), 1-36.
- Piore, M. J. (1970). *Birds of passage: Migrant labor and industrial societies*. Cambridge University Press.
- Weil, D. (2014). *The fissured workplace: Why work became so bad for so many and what can be done to improve it*. Harvard University Press.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). España: McGraw Hill España. Obtenido de https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- Salazar Pedraza, A. (2020). *Análisis de la trazabilidad de pedidos y del grado de cumplimiento en los plazos de entrega en grandes superficies: Propuestas de mejora de la experiencia del cliente* (Tesis de licenciatura, Universidad Politécnica de Valencia)
- Lafuente, E. (2021, 21 de enero). PedidosYa: el gigante uruguayo que eligió a un argentino para conducir su negocio. *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/economia/negocios/cambio-mando-el-gigante-uruguayo-eligio-lider-nid2577125/> [1]
- Cortizo, L. (2020). *Plan Colmena: Estrategia para la transformación de Panamá*. Gobierno de Panamá. <https://www.gabinetesocial.gob.pa/plan-colmena-panama/>
- Morera, D. (2023). Estrategias activas de “fantasmización” en la expansión urbana de las nuevas plataformas digitales. Un análisis espaciotemporal de Pedidosya en Montevideo. *ARQ*, (114), 36-49 [1].

