

Prácticas de las plataformas de delivery y su impacto en los consumidores en Chile

MINUTA DE TRABAJO N°15
Mayo 2025



Observatorio de Consumidores en Políticas Públicas

Prácticas de las plataformas de delivery y su impacto en los consumidores en Chile

En Chile, el mercado de delivery está dominado por tres grandes plataformas que concentran el poder del sector. Según datos de Euromonitor International (2024), PedidosYa, Uber Eats y Rappi controlan conjuntamente el 61% de todas las ventas en el formato delivery nacional. La preferencia de los consumidores chilenos muestra una clara segmentación: PedidosYa lidera con 34,4% de preferencia, seguido por Uber Eats con 23,9%, mientras que Rappi mantiene 5,6% según estudios de AIM Chile (2024). Es relevante mencionar que un 13,9% de usuarios prefiere "otras" opciones, sugiriendo espacio para nuevos competidores.

A nivel internacional, el sector de delivery ha experimentado un crecimiento exponencial globalmente, especialmente acelerado por la pandemia de COVID-19. Las plataformas digitales han impulsado este desarrollo respondiendo a la demanda creciente de comodidad por parte de los consumidores. Según datos internacionales, las plataformas digitales ya representan casi un tercio de las ventas de comercios, evidenciando su penetración en el mercado. Por ejemplo, según Just Eat (2024) en España, el delivery se ha integrado plenamente en la vida cotidiana, con los consumidores valorando cada vez más la comodidad y variedad que ofrecen estos servicios.

Este fenómeno no es exclusivo de Chile. A nivel internacional, el delivery ha registrado un crecimiento exponencial, impulsado especialmente por la pandemia de COVID-19. Las plataformas digitales han logrado una integración profunda en los hábitos de consumo, representando hasta un tercio de las ventas de comercios en algunas economías desarrolladas. En España, por ejemplo, Just Eat (2024) destaca que los consumidores valoran la comodidad, rapidez y variedad que estos servicios ofrecen, consolidando al delivery como parte estructural del ecosistema comercial urbano.

Principales prácticas de las plataformas

En el caso chileno, las plataformas aplican comisiones a los restaurantes que pueden alcanzar el 30% del valor de cada pedido, lo cual ha sido motivo de múltiples reclamos por parte del sector gastronómico. Estas condiciones motivaron en su momento una "rebelión" de restaurantes en la Región Metropolitana, que acusaron prácticas abusivas y comportamiento monopólico por parte de las grandes plataformas (Cárdenas, 2020). En contraste, países como Argentina han implementado límites regulatorios temporales: el acuerdo con la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica (2023) estableció topes del 10% en comisiones básicas y 18% si incluye el servicio de logística.

Además de las comisiones, los consumidores chilenos enfrentan una estructura de cobros adicional que incluye comisiones de servicio, tarifas de entrega, propinas sugeridas y precios inflados en comparación con el valor original en el restaurante. A pesar de ello, las plataformas promueven descuentos y promociones constantes, con rebajas mensuales que pueden alcanzar el 50%, lo cual sigue atrayendo usuarios. Internacionalmente, Uber Eats en México ha implementado como estándar una promesa de entrega en 20 minutos, lo que refleja la intensificación de la competencia basada en velocidad y eficiencia.

En términos de personalización, los algoritmos utilizados por estas plataformas están cada vez más orientados a responder a las preferencias individuales de los consumidores, incluyendo opciones saludables, menús veganos o productos de tendencia. Esta diversificación ha generado una nueva dinámica de consumo digital en la que los usuarios esperan experiencias personalizadas y diferenciadas.

El impacto en los consumidores puede ser dividido entre aspectos positivos y negativos. Por un lado, se destacan la comodidad, la accesibilidad 24/7, la integración con pagos digitales y la posibilidad de comparar múltiples opciones desde una sola plataforma. También se han desarrollado herramientas como el seguimiento en tiempo real de los pedidos y los sistemas de calificación y comentarios. Por otro lado, los impactos negativos incluyen el incremento de precios finales debido a la acumulación de cargos, la dependencia digital y tecnológica, y los problemas con la calidad y puntualidad del servicio. También se evidencian dificultades para resolver conflictos cuando los productos no llegan o no coinciden con lo solicitado.

Regulación de las plataformas de delivery

En el ámbito de la regulación, la Fiscalía Nacional Económica (FNE) de Chile investigó prácticas anticompetitivas por parte de las plataformas dominantes. Se identificaron dos tipos principales de restricciones verticales: cláusulas de “nación más favorecida”, que impedían a los restaurantes ofrecer precios más bajos en otras plataformas o en sus propios canales; y cláusulas de exclusividad, que limitaban la presencia simultánea de restaurantes en distintas aplicaciones. Estos casos culminaron con acuerdos extrajudiciales aprobados por el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC), que eliminaron dichas restricciones y permitieron a los restaurantes establecer precios diferenciados por canal de venta (FNE, 2024).

En el plano internacional, la Comisión Europea sancionó recientemente a Glovo y su matriz Delivery Hero por conformar un cartel que incluía intercambios de información sensible, coordinación de mercados y prácticas contrarias a los derechos laborales. Este caso refleja una tendencia global de escrutinio hacia las grandes plataformas digitales y evidencia riesgos similares a los identificados en Chile.

Los restaurantes, tanto en Chile como en el extranjero, enfrentan márgenes de ganancia reducidos debido al peso de las comisiones. Muchos de ellos han optado por aumentar sus precios en los menús digitales para compensar estas cargas, lo cual termina afectando directamente al consumidor final.

Reflexiones generales

En base a lo expuesto, se identifican al menos tres desafíos clave: la formalización laboral de los repartidores, como ya se discute en países como Colombia, en donde se están impulsando reformas para formalizar a los repartidores de plataformas digitales, permitiéndoles optar por regímenes laborales dependientes o independientes, lo que impactaría en los costos operativos y, eventualmente, en los precios finales para los consumidores (La República, 2024). En paralelo, el país ha comenzado a implementar una normativa para prohibir plásticos de un solo uso, lo que incluye envases y empaques frecuentemente utilizados en servicios de delivery, con el objetivo de reducir su huella ambiental (El País, 2024). Aunque no existen cifras exactas disponibles sobre la comparación directa entre consumo presencial y delivery, datos recientes indican una recuperación del consumo en tiendas físicas, lo que podría anticipar una transición hacia modelos omnicanal más equilibrados (Portafolio, 2024).

Desde una perspectiva comparada, Chile ha mostrado una capacidad institucional destacable al eliminar barreras a la competencia mediante la acción conjunta de la FNE y el TDLC. Sin embargo, siguen pendientes desafíos importantes en materia de transparencia de precios, límites a las comisiones, protección de datos personales, y regulación del trabajo en plataformas.

El caso chileno ofrece lecciones relevantes para la región: la regulación preventiva —como la eliminación de cláusulas abusivas antes de que escale el conflicto— puede ser más eficaz que la sanción ex post. El fortalecimiento de los derechos de consumidores, restaurantes y trabajadores digitales requerirá marcos más integrales, equilibrados y sostenibles.

Referencias bibliográficas

- AIM Chile. (2024). Encuesta nacional sobre preferencias digitales. Santiago: AIM.
- Cárdenas, L. (2020, 16 de junio). Acusan “monopolio” y “cobros excesivos”: La rebelión de los restaurantes en contra de las aplicaciones de delivery. La Tercera. <https://www.la-tercera.com/la-tercera-pm/noticia/acusan-monopolio-y-cobros-excesivos-la-rebelion-de-los-restaurantes-en-contra-de-las-aplicaciones-de-delivery/6XQ5RZ3Z7ZB7ZKZ2KZ3ZKZ3ZKZ/>
- Comisión Europea. (2024). Decisión sobre prácticas colusorias en plataformas digitales. Bruselas: CE.
- El País. (2024). Colombia se comienza a despedir de los plásticos de un solo uso. <https://elpais.com/america-colombia/2024-07-07/colombia-se-comienza-a-despedir-de-los-plasticos-de-un-solo-uso.html>
- Euromonitor International. (2024). Delivery Market Share in Chile. Londres: Euromonitor.
- FEHGRA. (2023). Convenio con plataformas de delivery. Buenos Aires: Federación Empresaria Hotelera Gastronómica.
- Fiscalía Nacional Económica. (2024). Informe sobre condiciones de competencia en plataformas de delivery. Santiago: FNE.
- Just Eat. (2024). Informe de consumo 2024: España. Madrid: Just Eat España.
- La República. (2024). Mintrabajo firmó acuerdo con gremio de plataformas para protección de repartidores. <https://www.larepublica.co/economia/mintrabajo-firmo-acuerdo-con-gremio-de-plataformas-para-proteccion-de-repartidores-3687663>
- Portafolio. (2024). El consumo masivo en Colombia muestra signos de recuperación según Kantar. <https://www.portafolio.co/negocios/comercio/el-consumo-masivo-en-colombia-muestra-signos-de-recuperacion-segun-kantar-625151>



ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS



Observatorio de Consumidores en Políticas Públicas