



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE  
DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA DE ECONOMÍA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
ECONOMISTA**

**TEMA**

**ANÁLISIS DE LOS COSTOS Y SERVICIOS QUE PRESTAN LAS  
PRINCIPALES PLATAFORMAS DELIVERY EN LA ZONA DE  
PLANIFICACIÓN 8 DE ECUADOR, EN TIEMPOS DE  
PANDEMIA**

**TUTOR**

**ECON. MÓNICA LEORO LLERENA, MBA**

**AUTORES**

**ELBERT HUAYAMAVE ANTHONY JAHIR  
FRYDSON ROMAN RICARDO ALBERTO  
GUAYAQUIL**

**2022**

## REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS

#### TÍTULO Y SUBTÍTULO:

**Análisis de los costos y servicios que prestan las principales plataformas delivery en la zona de planificación 8 de Ecuador, en tiempos de pandemia.**

#### AUTORES:

**ANTHONY JAHIR ELBERT  
HUAYAMAVE.  
RICARDO ALBERTO  
FRYDSON ROMÁN.**

#### REVISORES O TUTORES:

**ECON. MÓNICA LEORO LLERENA, MBA**

#### INSTITUCIÓN:

**UNIVERSIDAD LAICA  
VICENTE ROCAFUERTE DE  
GUAYAQUIL**

#### Grado obtenido:

**ECONOMISTA**

#### FACULTAD:

**FACULTAD DE CIENCIAS  
SOCIALES Y DERECHO**

#### CARRERA:

**ECONOMIA**

#### FECHA DE PUBLICACIÓN:

**2022**

#### N. DE PAGS:

**61**

**ÁREAS TEMÁTICAS:** Ciencias Sociales y del Comportamiento

**PALABRAS CLAVE:** Análisis costes-eficiencia, servicios, innovación, tecnología, epidemia.

#### RESUMEN:

Durante la etapa de pandemia diversos sectores se vieron involucrados por el descenso de sus ventas, impactando marcadamente en los servicios de: comida, insumos, y de más productos, optando algunas empresas por realizar estrategias que les permitan subsistir. El objetivo del proyecto es establecer cómo el servicio delivery impacta en las empresas de mensajería frente a la pandemia sanitaria, teniendo como finalidad analizar los costos y

servicios que prestan las principales plataformas delivery en la zona de planificación 8 de Ecuador. Mediante un enfoque mixto (cualitativo- cuantitativo); con aplicación de los métodos: inductivo-deductivo, estadístico y bibliográfico; utilizando una entrevista estructurada, aplicada a colaboradores de tres empresas del sector delivery. Los resultados indicaron que antes de la pandemia existía una menor afluencia de clientes; así mismo, tuvieron que efectuar una estrategia dinámica como la entrega a domicilio; aunque el número de empleados en el negocio se redujo en las empresas; sin embargo, contaron con personal que entregaba el producto utilizando bicicleta, motocicletas, automóvil. El uso del WhatsApp, luego App sirvió como medio para comunicarse con los consumidores; ajustando los precios para incrementar las ventas, a pesar de que obtuvieron pocas ganancias en esta época, concluyéndose que las empresas del sector en época de pandemia tuvieron que cerrar los negocios y definir estrategias para la entrega de los menús a domicilio, aunque el nivel de ventas en este tiempo no fue igual a las de antes de la emergencia sanitaria. Se recomienda se optimice el servicio a través de una debida organización.

<b>N. DE REGISTRO (en base de datos):</b>	<b>N. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL</b>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<b>SI</b> <input checked="" type="checkbox"/>	<b>NO</b> <input type="checkbox"/>
<b>CONTACTO CON AUTORES:</b>  Elbert Huayamave Anthony Jahir Ricardo Alberto Frydson Román	<b>Teléfono:</b>  0978673634 0988971827	<b>E-mail:</b>  <a href="mailto:aelberth@ulvr.edu.ec">aelberth@ulvr.edu.ec</a> <a href="mailto:rfrydsonr@ulvr.edu.ec">rfrydsonr@ulvr.edu.ec</a>
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Decana:</b> Mg. Diana Almeida Aguilera <b>Teléfono:</b> (04)2596500 Ext.240 <b>E-mail:</b> <a href="mailto:dalmeidaa@ulvr.edu.ec">dalmeidaa@ulvr.edu.ec</a>  <b>Director de Carrera:</b> Econ. Rosa Salinas Heredia <b>Teléfono:</b> (04)2596500 Ext.226 <b>E-mail:</b> <a href="mailto:rsalinash@ulvr.edu.ec">rsalinash@ulvr.edu.ec</a>	

# CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD ACADÉMICA

## TRABAJO DE TITULACION FINAL

### FRYDSON ELBERT

*por Ricardo Y Anthony Frydson Y Elbert*

---

**Fecha de entrega:** 27-ene-2022 12:22a.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 1749084454

**Nombre del archivo:** PROYECTO\_DE\_TITULACION\_FRYDSON-\_ELBERT.docx (155.73K)

**Total de palabras:** 9646

**Total de caracteres:** 51402

## TRABAJO DE TITULACION FINAL FRYDSON ELBERT

### INFORME DE ORIGINALIDAD

3%

INDICE DE SIMILITUD

3%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

1

[repositorio.uteq.edu.ec](http://repositorio.uteq.edu.ec)

Fuente de Internet

1%

2

[repository.cesa.edu.co](http://repository.cesa.edu.co)

Fuente de Internet

1%

3

[www.enamiep.gob.ec](http://www.enamiep.gob.ec)

Fuente de Internet

1%

Firma

Econ. Mónica Leoro Llerena

C.C. 0917054330

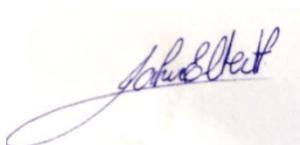
## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los estudiantes egresados **ANTHONY JAHIR ELBERT HUAYAMAVE**, **RICARDO ALBERTO FRYDSON ROMAN**, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, **Análisis de los costos y servicios que prestan las principales plataformas delivery en la zona de planificación 8 de Ecuador, en tiempos de pandemia**, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor(es)

Firma:



**Anthony Jahir Elbert Huayamave**

**C.I. 0950136466**

Firma:



**Ricardo Alberto Frydson Román**

**C.I. 09230278965**

## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del Proyecto de Investigación **Análisis de los costos y servicios que prestan las principales plataformas delivery en la zona de planificación 8 de Ecuador, en tiempos de pandemia**, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de **Ciencias Sociales y Derecho** la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **Análisis de los costos y servicios que prestan las principales plataformas delivery en la zona de planificación 8 de Ecuador, en tiempos de pandemia**, presentado por los estudiantes **Anthony Jahir Elbert Huayamave, Ricardo Alberto Frydson Román**, como requisito previo, para optar al Título de **Economista**, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:



Econ. Mónica Leoro Llerena

C.C. 0917054330

## AGRADECIMIENTO

*A Dios por permitirme cumplir esta meta con mucha sabiduría y por bendecir cada etapa de mi vida, ya que sin su ayuda no lo hubiera podido lograr.*

*A mis padres, porque gracias a ellos he podido concluir con mis estudios y por siempre estar a mi lado apoyándome.*

*A todos mis maestros por los conocimientos impartidos en todo el trayecto de mi carrera universitaria.*

*A mis compañeros que han sido fundamental en el transcurso de la carrera, y me han ayudado en lo que han podido.*

*A la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil por ser el centro de estudios donde me formé profesionalmente.*

*Elbert Jahir Huayamave*

*En primer lugar, agradezco a Dios por permitir culminar mi formación profesional, y guiarme en cada paso que doy, por no desampararme en las adversidades que me ha puesto la vida.*

*Agradezco mi tío Napo por el gran impulso que me dio para empezar esta carrera, a mi tía Delia por estar siempre pendiente de mí dándome ese apoyo desinteresado y palabras de aliento en el momento indicado.*

*A mis maestros por los conocimientos adquiridos en el transcurso del tiempo y a mi esposa Denisse por ser incondicional en el transcurso de estos años, siendo uno de los mayores pilares para mis objetivos.*

*Frydson Roman Ricardo*

## DEDICATORIA

*Dedico este trabajo primero a mi madre por ser es pilar fundamental y por haberme enseñado que la vida se continúa y no se debe dejar vencer por los acontecimientos que se cruzan en el camino.*

*Me lo dedico a mí, por haber llegado hasta donde llegue, algunas veces queriendo dejar todo como estaba, por ser responsable y constante en mis tareas y me siento orgulloso de haber cumplido una meta más en mi vida.*

*Elbert Huayamave Jahir*

*A mis padres, ya que siempre de alguna manera han estado pendiente de mí, a mis compañeros de curso fueron un gran apoyo, siempre estuvimos para darnos la mano y lograr esta meta, a mi esposa Denisse y por supuesto mi hijo Eren, como una muestra que siempre se puede lograr lo que deseas pase lo que pase, a mi tía Delia, una de las tantas guías que Dios puso en mi camino*

*Y a mí, después de tanto anhelar una carrera profesional lo conseguí, no fue un camino fácil, pero aquí estoy orgulloso de redactar esto y haber cumplido conmigo y con las personas que creen en mí.*

*Frydson Roman Ricardo*

## **RESUMEN**

Durante la etapa de pandemia diversos sectores se vieron involucrados por el descenso de sus ventas, impactando marcadamente en los servicios de: comida, insumos, y demás productos, optando algunas empresas por realizar estrategias que les permitan subsistir. El objetivo del proyecto es establecer cómo el servicio delivery impacta en las empresas de mensajería frente a la pandemia sanitaria, teniendo como finalidad analizar los costos y servicios que prestan las principales plataformas delivery en la zona de planificación 8 de Ecuador. Mediante un enfoque mixto (cualitativo-cuantitativo); con aplicación de los métodos: inductivo-deductivo, estadístico y bibliográfico; utilizando una entrevista estructurada, aplicada a colaboradores de tres empresas del sector delivery. Los resultados indicaran que antes de la pandemia existía una menor afluencia de clientes; así mismo, tuvieron que efectuar una estrategia dinámica como la entrega a domicilio; aunque el número de empleados en el negocio se redujo en las empresas; sin embargo, contaron con personal que entregaba el producto utilizando bicicleta, motocicletas, automóvil. El uso del WhatsApp, luego App sirvió como medio para comunicarse con los consumidores; ajustando los precios para incrementar las ventas, a pesar de que obtuvieron pocas ganancias en esta época, concluyéndose que las empresas del sector en época de pandemia tuvieron que cerrar los negocios y definir estrategias para la entrega de los menús a domicilio, aunque el nivel de ventas en este tiempo no fue igual a las de antes de la emergencia sanitaria. Se recomienda se optimice el servicio a través de una debida organización.

**Palabras claves: Servicio, Costos, Resultados, Delivery**

## **ABSTRACT**

During the pandemic stage, various sectors were involved by the decrease in their sales, having a marked impact on the services of: food, supplies, and more products, with some companies opting for strategies that allow them to survive. The objective of the project is to establish how the delivery service impacts on courier companies in the face of the health pandemic, the objective of the project was to analyze the costs and services provided by the main delivery platforms in planning zone 8 of Ecuador. Through a mixed approach (qualitative-quantitative); with application of the methods: inductive-deductive, statistical and bibliographic; Using a structured interview, applied to collaborators of three companies in the delivery sector. The results indicate that before the pandemic there was a lower influx of customers; Likewise, they had to carry out a dynamic strategy such as home delivery; although the number of employees in the business was reduced in the companies; however, they had personnel who delivered the product using bicycles, motorcycles, and automobiles. The use of the WhatsApp, then the App, served as a means to communicate with consumers; adjusting prices to increase sales, despite the fact that they obtained little profit at this time, concluding that companies in the sector in times of pandemic had to close businesses and define strategies for the delivery of menus at home, although the level of Sales at this time were not the same as before the health emergency. It is recommended to optimize the service through a proper organization.

Keywords: Service, Costs, Results, Delivery

## INDICE GENERAL

### Contenido

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA.....	ii
CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD ACADÉMICA .....	iv
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES .....	vi
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR .....	vii
AGRADECIMIENTO .....	viii
DEDICATORIA .....	ix
RESUMEN .....	x
ABSTRACT.....	xi
INDICE GENERAL .....	xii
INDICE DE TABLAS .....	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvi
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I .....	3
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
1.1 Tema .....	3
1.2 Planteamiento del problema .....	3
1.3 Formulación del problema.....	7
1.4 Objetivo General .....	7
1.5 Objetivos Específicos.....	7
1.6 Idea a Defender .....	7
1.7 Línea de Investigación Institucional/Facultad .....	8
CAPÍTULO II.....	9
MARCO TEÓRICO.....	9
2.1 Marco Teórico.....	9
2.2 Antecedentes investigativos .....	10
2.3 Fundamentos Teóricos .....	13
2.3.1 Teoría de la Modernización.....	13
2.3.2 Teoría de la Innovación.....	14

2.3.3 Teoría de la Globalización .....	15
2.3.4 El servicio Delivery su crecimiento e importancia en la economía actual .....	18
2.3.5 Logística de Entrega.....	19
2.4 Marco Legal .....	19
2.4.1 La Agenda 2030 y los objetivos de desarrollo sostenible .....	19
2.4.2 Constitución de la República del Ecuador (Asamblea Nacional Constituyente, 2008) .....	20
2.4.3 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (Decreto Ejecutivo 757 Registro Oficial Suplemento 450 de 17-may.-2011 Última modificación: 20-dic.-2018 Estado: Reformado) .....	21
CAPÍTULO III.....	23
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	23
3.1 Enfoque de la investigación .....	23
3.2 Alcance de la investigación.....	23
3.3 Técnica e instrumentos para obtener los datos .....	24
3.4 Presentación y análisis de resultados.....	24
3.5. Resultados de las entrevistas aplicadas.....	26
3.6. Servicios y costo de las principales plataformas delivery de la zona de planificación 8 de Ecuador en tiempos de Pandemia .....	29
3.7 Matriz FODA .....	30
CONCLUSIONES .....	32
RECOMENDACIONES .....	34
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	35

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Aplicaciones delivery más utilizadas.....	6
Tabla 2.	Ficha de observación de la entrevista .....	26
Tabla 3.	Resultados realizados de las entrevistas a los 3 empleados de las plataformas en la investigación acerca del servicio delivery Pedidos Ya, Uber Eats, Rappi	27
Tabla 4.	Costo del servicio Delivery.....	29
Tabla 5.	Matriz FODA Delivery .....	30

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. División Política de la Zona 8 8 de Ecuador que comprende Guayaquil, Samborondón, Durán .....	39
Figura 2. Aplicación de entrevista a colaborador de la empresa Rappi .....	41
Figura 3. Aplicación de entrevista a colaborador de la empresa Pedidos Ya .....	41
Figura 4. Aplicación de entrevista a colaborador de la empresa Uber Eats.....	

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Ubicación geográfica de la Zona 8 de Ecuador .....	39
Anexo 2. Guion de la entrevista .....	40
Anexo 3. Modelo de entrevista.....	43

## INTRODUCCIÓN

El presente análisis de los costos y servicios que prestan las principales plataformas delivery en la zona de planificación 8 de Ecuador, en tiempos de pandemia, se da como respuesta al suceso del 11 de marzo del 2020 cuando se declara la emergencia sanitaria nacional, el cual ocasionó que varias personas perdieran sus puestos de trabajo, como también el aumento de los pedidos en todo el país, generando un incremento en las actividades de las empresas de traslado de encomiendas y de comida rápida.

Esto permitió identificar los emprendimientos en este tipo de mercado o de servicio, una destreza rentable para forjar una ventaja competitiva y continuar vendiendo a pesar de las prohibiciones, restricciones de movilidad y de aforo, que se presentaron por parte de las autoridades de salud y de gobierno, lo que redujo cuantiosamente las ventas de manera presencial en tiendas, supermercados y demás sectores de consumo. Los textos indican los impactos de estos modelos de negocio sobre las vidas de repartidores y conductores con marcos metodológicos que van desde diagnósticos, entrevistas, acción participativa, experiencia, datos estadísticos exploratorios, hasta debates. Hay una pregunta constante: ¿se pueden generar ingresos para subsistir o poder vivir dignamente?

Para ello se propone en el objetivo general, determinar los costos y servicios que prestan las plataformas de delivery, frente a la pandemia, en la zona de planificación 8 de Ecuador y sus objetivos específicos.

“El trabajo de investigación se fundamenta en una investigación no experimental con enfoque cuantitativo y cualitativo, determinado por un análisis objetivo de la realidad a través del cálculo numérico de la observación, teniendo como finalidad establecer arquetipos de comportamiento y probar la hipótesis constituida en base a la recolección de datos” (Hernández Sampierre, 2014). La utilización de varias metodologías teóricas como el análisis-síntesis, el bibliográfico, el estadístico, inductivo-deductivo; y la aplicación de una entrevista, al personal de delivery tales

como los repartidores en bicicleta, moto, vehículos, que permitieron exponer los resultados de la investigación.

Lo cual permitió desarrollar el presente proyecto de investigación denominado “análisis de los costos y servicios que prestan las principales plataformas delivery en la zona de planificación 8 de Ecuador”, el contenido del trabajo está de acuerdo con los lineamientos de la Carrera de Economía de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho.

El primer capítulo corresponde al diseño de la investigación con mayor énfasis en el objetivo general y los específicos que conllevan al proceso investigativo. El siguiente capítulo, a través de una descripción del marco teórico, el que está relacionado por: antecedentes, base teórica con respecto al servicio delivery, de acuerdo con las variables de estudio y el marco legal nacional respaldando el derecho de ejercer la actividad delivery basado en el tema.

El tercer capítulo contiene la referencia a la metodología de investigación, en la que se enriquece con métodos, técnicas e instrumentos utilizados en la recolección de la información. Y por último debemos hacer referencia a los resultados y discusión, reflexionando el cumplimiento de los objetivos propuestos, de igual manera las conclusiones y recomendaciones como resultado del estudio y la bibliografía utilizada para el sustento teórico de la investigación.

# CAPÍTULO I

## DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

### 1.1 Tema

Análisis de los costos y servicios que prestan las principales plataformas delivery en la zona de planificación 8 de Ecuador, en tiempos de pandemia.

### 1.2 Planteamiento del problema

Ante la prolongada escasez de oportunidades laborales previo a la pandemia COVID-19, con la cual se agudizó, aún más el cierre de muchas empresas que han dejado sin empleo a un sin número de ecuatorianos, provocando desequilibrios en las economías familiares y la disminución significativa en el consumo. El distanciamiento social, por una parte, y las consecuencias sociales evidentes en la delincuencia por otra, ha hecho necesario que se requieran de nuevas modalidades de trabajo.

Las llamados Pymes<sup>1</sup> al igual que las micro y medianas empresas, juegan un papel preponderante en la economía de un país en vía de desarrollo como Ecuador, las Pymes o microempresas son de carácter frágil y a lo mejor carezcan del efectivo suficiente para seguir operando. Los datos demuestran que más del 51% han reducido las ventas en relación con las del año 2019, y muchas no han logrado sobrevivir (Zhang, 2020).

Cualquier esfuerzo es válido para emprender y obtener un empleo que garantice por lo menos un mínimo de consumo o de rentabilidad. En este sentido la Constitución del Ecuador (2008) en el art. 33 manifiesta que: “el Trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía.” (Asamblea Nacional, 2008)

---

<sup>1</sup> Es un conjunto de empresas sea esta mediana o pequeñas, clasificada por el número de trabajadores, volumen de ventas- año, niveles de producción, activos/pasivos, esenciales para el desarrollo de la Economía

Es así que restaurantes, comedores, bares tradicionales de Guayaquil, Samborondón y Durán, contaban con varios locales y tras algunos años de funcionamiento, se acogieron al Código de Trabajo en su art. 169 y numeral 6<sup>2</sup>, en el que tuvieron que despedir a trabajadores por motivos de la crisis sanitaria impuesta por la presencia de covid-19. Se considera que el sector de los restaurantes y el sector turístico es uno de los grupos más golpeados por la crisis del coronavirus (Bravo, 2020 p.17).

Ecuador, como muchos países de la región luchan por remediar uno de los más importantes objetivos de la Política Económica “el empleo” en tiempos de pandemia y post pandemia, según el Instituto de Estadísticas y Censos (2019), en la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU, 2020), manifiestan que “los indicadores laborales correspondientes al mes de Mayo/junio-2020 evidencian que un gran porcentaje del empleo se caracteriza por no ser adecuado<sup>3</sup>, llegando a un 34.7% y una tasa de desempleo de 16.8 % porcentajes evidentes a inicios de pandemia”. (p.16.)

Las economías han sufrido un duro golpe provocado por el COVID-19, situación que se evidencia en el conflicto del abastecimiento de productos de primera necesidad, especialmente en tiempos de emergencia sanitaria, luego se observa otro problema llamado delincuencia, con este escenario la presencia de las plataformas digitales de servicios de distribución delivery se convierten en una valorable opción para ayudar a las familias. Esta modalidad ha creado nuevos trabajos, y ha disipado en algo el problema del traslado de alimentos, medicinas y otros bienes.

Dos instituciones presentes como lo son la Cámara de Turismo y la Asociación de Restaurantes, a través de una investigación, consideraron que el porcentaje en ventas alcanzó el 80% durante el confinamiento al que el país fue expuesto, solamente algunos pudieron agrandar el servicio a domicilio, porque nadie estuvo preparado para ello. Muy pocos restaurantes decidieron seguir atendiendo y solamente facturar, del

---

<sup>2</sup> El contrato individual de trabajo termina por caso fortuito o fuerza mayor que imposibiliten el trabajo, como incendio, terremoto, tempestad, explosión, plagas de campo, guerra y, en general, cualquier otro acontecimiento extraordinario que los contratantes no pudieron prever, o que previsto no lo pudieron evitar

<sup>3</sup> El empleo adecuado se caracteriza por las horas y los ingresos laborales, pudiendo ser cuarenta o más horas con salarios iguales o mayores al mínimo vital, incluyendo la seguridad social y la estabilidad laboral.

10% al 15% tuvieron que cerrar sus negocios, otros como los de comidas rápidas, se mantuvieron entre un 30% al 40% de ventas (Guevara, 2020. p.25.).

A medida que la pandemia fue agravando la situación tanto sea esta comercial o de movilidad, aumentó el uso de las plataformas delivery, las cuales fueron creciendo en su aceptación, conforme la movilidad fue reduciéndose, esto incidió en una caída en la ocupación tradicional; aquella disminución creó una brecha para el empleo no pleno<sup>4</sup>, ante el auge de las plataformas delivery nos lleva a revisar el ingreso de aquellas familias repartidoras por cada entrega, y cuánto es el costo del servicio

El avance digital ha sido vertiginoso en América Latina, pese a los pronósticos que hacía la ONU<sup>5</sup> antes de la pandemia para la región. Hoy Ecuador como muchos países de la zona debido al caos de la pandemia y de los problemas sociales que ésta nos ha dejado, hace necesario el desarrollo de los delivery. Las nuevas tendencias Tecnologías de Información y Comunicación (NTICs) han sido esenciales para acercarnos al mundo digital, de allí la importancia del presente estudio titulado: Análisis de los costos y servicios que prestan las principales plataformas delivery en la zona de planificación 8 de Ecuador, en tiempos de pandemia.

La zona 8 de planificación de Ecuador<sup>6</sup>, es de gran importancia la integran ciudades como: Guayaquil, Samborondón y Durán. Siendo Guayaquil una de las más pobladas a nivel nacional, de allí radica su importancia ya que muchas micro y pequeñas empresas se encuentran domiciliadas en esta zona, al momento varias de ellas están atendiendo a los clientes con el apoyo de los llamados delivery, quienes han establecido precios en los servicios, dependiendo de la zona en que se encuentran desarrollando las actividades de delivery.

Las App delivery son una actividad de intermediación a través de la cual, se ponen en contacto las empresas y comercios minoristas por el lado de la oferta con los

---

<sup>4</sup> las personas con empleo que, durante la semana de referencia, percibieron ingresos inferiores al salario mínimo y/o trabajaron menos de la jornada legal y no tienen el deseo y disponibilidad de trabajar horas

<sup>5</sup> Organización de las Naciones Unidas, también conocida simplemente como Naciones Unidas, es la mayor organización internacional existente, creada para mantener la paz y seguridad internacional fomentando relaciones de amistad entre naciones

<sup>6</sup> Es aquella que comprende los cantones de Guayaquil, Durán y Samborondón representa el 2.5% del total nacional y concentra el 18.2% de la población del país

consumidores (demanda final) y es canalizada por los repartidores quienes ejecutan el servicio de entrega de los bienes de consumo; los mismos que crecieron en mayor número como una modalidad para abastecimiento en tiempo de pandemia, actualmente en la zona de estudio se encuentran las siguientes empresas: “Pedidos Ya, Uber Eats, Rappi, y Picker.

Siendo esta última una aplicación creada en Ecuador, si bien es cierto que la aparición de las empresas delivery se da años atrás, por el 2014, según información encontrada en diario” (El universo, 2018), su presencia hoy en día se fortalece y desarrolla en los nuevos negocios o emprendimientos.

Tabla 1. *Aplicaciones delivery más utilizadas*

App	Logo	Tiempo de operación	Usuarios activos	Afiliados/drivers	Lugares donde funciona
Uber Eats		Empezó su operación en Ecuador en el 2018	1.5 millones de usuarios	Tiene un promedio de 25.000 socios repartidores	Quito, Guayaquil, Cuenca y Ambato
Pedidos ya		Funcionando anteriormente como Glovo, inicio sus operaciones como pedidos ya en el 2021	1 millón de usuarios aproximadamente	Cuenta con 2.500 repartidores y 7.000 restaurantes registrados	Quito, Guayaquil, Cuenca,
Rappi		Inicio sus operaciones en Ecuador septiembre del 2019	Aproximadamente 500.000 usuarios	Inicio con 350 repartidores, actualmente cuenta con un estimado de 3.500 repartidores	Guayaquil y Quito

Elaborado por: Elbert & Frydson (2021)

Las plataformas en mención nos llevan a indagar como varían los precios o el costo de los servicios que brindan cada una de las aplicaciones delivery, saber si quienes ejercen esta ocupación temporal tienen un pago justo, con condiciones justas, ya que no existe regulación alguna sobre su proceso de contratación.

Se indica que los mercados han tenido que implementar estrategias para perdurar en esta crisis sanitaria que vivió el país. “Durante los meses de pandemia se reconoció que el 28% del total de los comercios asociados, utilizaban algún tipo de plataforma. Entre mayo y junio los negocios han registrado con estas aplicaciones, un crecimiento del 30% y 38% respectivamente” Revista Gestión Digital (2020).

### **1.3 Formulación del problema**

¿Se indagará los costos y servicios que prestan las principales plataformas delivery en la zona de planificación 8 de Ecuador, en tiempos de pandemia?

### **1.4 Objetivo General**

Analizar los costos y servicios que prestan las plataformas de delivery, frente a la pandemia, en la zona de planificación 8 de Ecuador.

### **1.5 Objetivos Específicos**

- Sistematizar los antecedentes y fundamentos teóricos sobre las variables de estudio.
- Identificar las principales Plataformas Delivery que se encuentran en la zona de planificación 8 de Ecuador, en tiempos de Pandemia.
- Investigar los servicios y costos de las principales plataformas delivery en la zona de planificación 8 de Ecuador y en tiempos de Pandemia.
- Realizar la matriz FODA de los costos y servicios que prestan las plataformas digitales en la Zona de planificación 8 de Ecuador.

### **1.6 Idea a Defender**

¿Los costos de los servicios que prestan las principales plataformas delivery de la zona de planificación 8 de Ecuador, en tiempos de pandemia deben mejorarse

para permanecer en el tiempo?, los datos de las empresas delivery son los elementos teóricos prácticos de la presente investigación.

### **1.7 Línea de Investigación Institucional/Facultad**

La Investigación de la Universidad Laica “Vicente Rocafuerte” de Guayaquil que hace referencia al “Sociedad civil, derechos humanos y gestión de la comunicación”. En tanto que, la línea de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho se relaciona con: Desarrollo, sostenibilidad económica y matriz productiva.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Marco Teórico

Para realizar la presente investigación, se revisan diversos estudios, encontrados a través de libros, artículos científicos, revistas, páginas web, toda vez que es un tema de actualidad económica y que por su trascendencia social implica una investigación cualitativa y descriptiva. Considerando los datos de esta investigación, es innegable que ningún sector económico se hallaba capacitado para afrontar los embates de la pandemia hasta la actual fecha de presentación de la tesis.

Por otro lado, “es preciso que los empresarios hagan un análisis de su situación actual para considerar cómo se han venido desarrollando las estrategias de delivery y poder replantearse nuevas medidas e incorporar nuevos modelos de negocios dinámicos. Otra de los hallazgos es que se monitoree el comportamiento del nuevo consumidor y brindar opciones de cobertura ante las demandas”. (Pacheco y Conde, 2020, p. 15.16).

Los datos obtenidos de la presente investigación permitirán establecer las variantes en lo que tiene que ver con los costos y servicios que prestan las principales plataformas delivery en la zona de planificación 8 de Ecuador, en tiempos de pandemia, desde el punto de vista empresarial. La emergencia sanitaria actual, para afrontar el COVID-19, se convierte en un reto para la creatividad e innovación, poder originar un cambio en las prácticas de consumo, por lo tanto, las empresas deben de adecuar estrategias ágiles y rápidas de sistemas App para poder ser atractivas a los clientes o consumidor final sea con promociones o rapidez del servicio a corto plazo.

Se puede formular un arquetipo que si bien no son reales están presentes en todo tipo de costos y servicios que prestan las principales plataformas delivery Pedidos Ya, Uber Eats, Rappi, en la zona de planificación 8 de Ecuador como lo es la “La oferta, en economía, es la cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos” (Pedrosa, 2019).

“La demanda es el término complementario de la oferta. Designa la necesidad real de determinados bienes o servicios que tienen potenciales socios comerciales como empresas u hogares particulares” (IONOS, 2019 p.16).

Se puede estimar que la actividad de las plataformas de delivery se pueden esbozar claramente en el concepto que nos brinda “Michael Porter, estrategia es huir de la competencia, para defender la rentabilidad y crecimiento como empresa. Por lo tanto, es explorar nuevas formas de competir que aporten a la oferta mayor valor en los ojos de los clientes, que el que perciben en los competidores” (Fano, 2015 p. 17).

## **2.2 Antecedentes investigativos**

**2020. Factores que inciden en los hábitos y actitudes del consumidor millennials al usar plataformas digitales food delivery en Guayaquil.**

**Autor (es) Borbor Matamoros Andoni Xavier**

**Esparza Villa Nancy Gabriela**

**Institución Universidad Católica Santiago de Guayaquil**

En base al conjunto de datos recopilados en los cuestionarios y la aplicación del análisis de componentes principales, se obtuvo un resultado concreto en relación a los hábitos y actitudes del consumidor millennials. La interfaz de usuario incide en la mejora de los aspectos previamente mencionados ya que facilita al usuario el adaptarse al uso de los medios digitales para realizar sus compras. Una aplicación cuyo contenido sea organizado, fácil de usar y con un proceso de transacción eficiente siempre será aceptado en la sociedad, creando un nivel de confianza en el consumidor y haciendo posible que la interfaz sea entendible para todo tipo de usuario.

La metodología empleada tiene un enfoque cuantitativo, el método a utilizar fue deductivo con un carácter descriptivo a través de una técnica de recolección de datos de las entrevistas realizadas. La finalidad de este trabajo fue hallar los principales factores que son conformados por sus dimensiones mencionados previamente, estas dimensiones conllevan a influir en el usuario millennials. Acorde al cuestionario realizado se comprueba que tanto las experiencias de terceros, la frecuencia de uso, los beneficios percibidos y la propia interfaz del usuario influyen en como los usuarios pueden desarrollar un hábito y actitud determinado, lo cual se corrobora a través de la

prueba estadística cuyo testeo de hipótesis valida esta relación en la hipótesis planteada.

**2020. Análisis de la tendencia de negocios digitales (e-business) en la zona de Planificación 8 del Ecuador**

**Autora:** Evelyn Lisbeth Moreira Torres

**Institución:** Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Desde el punto de vista estudiado los negocios digitales e-business en la zona de planificación 8 del Ecuador ha ido en incremento, pero en el 2017 tuvo más personas dedicadas a esta actividad económica y registrado en el SRI. Los productos con mayor oferta han sido productos y servicios varios, equipos de telecomunicaciones, artículos del hogar, prendas de vestir, cosméticos, etc.

Podemos indicar que la metodología utilizada de fue de tipo descriptiva y se utilizó a la vez el método deductivo conjuntamente una técnica de recolección de datos las mismas que pueden ser comprobadas por la acción de la observación, medición y experimentación (Morone, 2007: Landa. 2007).

Los fundamentos teóricos que aportaron significativamente al estudio de los negocios digitales (e-business) provienen de fuentes formales y de diferentes instituciones internacionales como la ONU, CEPAL, a escala nacional El MINTEL, CECE. Así también fue relevante analizar las encuestas de los hogares Multipropósito-TIC 2018, Encuesta de las empresas 2015 aplicada por el INEC y la base de datos del SRI, 2017 de las diferentes zonas de planificación de Ecuador en relación a los contribuyentes que venden por internet.

**2020. Identificación de perfiles del consumidor de aplicativos móviles de delivery de comida en las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana.**

**Autor (es)** Gómez Paredes, Liz María José Meneses Gutiérrez, Jessy Meneses Quispe Alarcón, Yamile Juana Sofía.

**Institución:** Pontificia universidad católica del Perú facultad de gestión y alta dirección

Identificar los perfiles del consumidor de aplicativos móviles de delivery de comida en Lima Metropolitana. Para ello se pudo establecer una metodología de tipo cuantitativo y cualitativo, cuya finalidad fue utilizar el método deductivo para las entrevistas y encuestas realizadas.

Por otro lado, después del análisis de clúster se pasó a describir los perfiles encontrados y comparar los resultados con lo investigado en la teoría. De este modo, se identificó tres perfiles (usuarios desinteresados, usuarios cautivados, usuarios recurrentes), diferenciados principalmente por el rango de edad, marca de preferencia y frecuencia de uso, de los cuales, los dos primeros concuerdan con lo mencionado por los representantes de las empresas en estudio, mientras el tercero resulta ser un público objetivo no reconocido.

A partir de la literatura revisada y a los resultados obtenidos se llegó al objetivo general el cual era identificar los perfiles del consumidor de los aplicativos de delivery de comida Rappi y Glovo en la zona 6 y 7 de Lima Metropolitana. Se puede concluir que, tal y como se afirmaba en la teoría examinada, la evolución del comercio electrónico ha permitido el desarrollo de nuevos canales de distribución, siendo éstas las aplicaciones de delivery de comida. Como resultado, se tiene un cambio en el comportamiento del consumidor, el cual se ve influido por factores internos y externos.

## **2020. Factores que influyen en el comportamiento de compra de los usuarios**

### **de las aplicaciones de delivery en la ciudad de Guayaquil.**

**Autor (es): Diego Xavier Balcázar Ulloa Miguel Farid Suquilanda Vera**

**Institución: Universidad Católica Santiago de Guayaquil**

Analizar los factores que inciden en el comportamiento de compra de los usuarios en las aplicaciones de Delivery en la ciudad de Guayaquil. Para esto se estableció una metodología con un enfoque cuantitativo y cualitativo los mismos que permiten un método deductivo frente a los datos estadísticos recopilados durante la actividad exploratoria.

- El segmento que más compra son jóvenes, estudiantes y personas que trabajan.
- La edad promedio del usuario de aplicaciones de delivery está en torno a los 18- 35, siendo los menores de 25 el principal mercado.
- Los principales influenciadores son los amigos y familia junto con las variables del precio y promoción.
- Los consumidores tienen una plena noción de confianza en casi una totalidad de que le resulta fácil usar las apps y de que su compra se realizará satisfactoriamente.

Al final de todo se puede concluir que este estudio es idóneo para usarse de base para futuros proyectos de esta índole aplicados tanto en Guayaquil como en cualquier otra ubicación geográfica debido a que su enfoque se basa en los principios teóricos mencionados en el capítulo 1. Esto permite que el proyecto como tal sea muy versátil a la hora de servir de marco referencial para cualquier proyecto que consista en la investigación de app delivery o cualquier otra investigación sobre el uso de aplicaciones móviles y/o digitales que tengan como fin ofrecer un servicio.

## **2.3 Fundamentos Teóricos**

Para sistematizar las bases teóricas de la presente investigación Análisis de los costos y servicios que prestan las principales plataformas delivery en la zona de planificación 8 de Ecuador, en tiempos de pandemia, se recurre a la búsqueda y análisis de las siguientes teorías.

### **2.3.1 Teoría de la Modernización**

La modernización se deduce como el proceso que lleva a las sociedades tradicionales hacia la modernidad y que se refleja en una serie de cambios generales: urbanización, racionalidad, extensión de los medios de comunicación, aumento del alfabetismo, mayor control del entorno natural, social, crecimiento económico, una más compleja división del trabajo, diferenciación social, industrialización, un desarrollo político expresado en mayor movilización social y mayor participación política. Estas serían las principales características del advenimiento de la modernidad según Huntington (1976) nombrado en el documento de (Escobar, 1994)

El trabajo investigativo encuentra fundamento en la teoría de Marshall, quien considera al empresario como el cuarto factor de la producción. De acuerdo con Marshall, el empresario adquiere un papel fundamental no solamente en las operaciones a corto plazo sino también en la supervivencia y prosperidad de la empresa a largo plazo (p46. 47.).

Integrando al empresario en su hipótesis del valor, también se debe considerar que el empresario exitoso puede ser más perceptivo de las dificultades del trabajo y el riesgo, aunque la competencia de las otras plataformas de delivery reducirán sus beneficios a un nivel casi normal, pero también condicionada por factores de orden histórico e institucional, económico.

El empresario es el irrefutable hacedor del desarrollo y crecimiento de una economía, una persona que juega un papel importante para el despegue de un país (Helguera, 2018). Por otro lado, la demanda, será en función del contexto de transacciones para el desarrollo de la actividad de delivery. Considerando lo antes indicado en la teoría empresarial, asume riesgos y busca el beneficio; es así como, “se han buscado congruencias para obtener ingresos y que los negocios puedan sobrevivir ante la emergencia sanitaria, en la que se está viviendo en los actuales momentos”.

A pesar de las limitaciones y problemas por las que están atravesando estos tipos de negocios. De acuerdo con la teoría sobre el crecimiento económico de Keynes; Cárdenas y Michel (2018) hacen mención acerca de “la división del trabajo, la inversión, la acumulación y la innovación, entre otros agentes productivos, considerados para alcanzar el crecimiento económico” (pág. 3).

### **2.3.2 Teoría de la Innovación**

El concepto de innovación se comenzó a acuñar en los escritos de los clásicos Adam Smith y David Ricardo, aunque no lo mencionaban explícitamente. Los principales aportes teóricos de la innovación y su relación con el desarrollo se encuentran desde Adam Smith, (1776) mencionado en (Formichella, 2005), quien en su obra “La riqueza de las Naciones” menciona, que la división del trabajo aumenta

las facultades productivas del mismo a través de la invención de maquinaria específica. Explica que el trabajador tendrá incentivo a inventar nuevas herramientas y máquinas para ello. (p. 9)

En tanto (Freeman, 1974) nombrado por (Formichella, 2005), consideraba que la innovación es primordial para que las naciones aumenten su riqueza y, además permite al hombre cambiar su calidad de vida, para bien o para mal. Puede dar lugar no solo a una mayor cantidad de bienes, sino también a nuevos bienes y servicios. (p. 36)

### **2.3.3 Teoría de la Globalización**

La globalización es una teoría o hipótesis la cual puede ser plenamente debatida en todos los ámbitos de carácter comercial, cuya paráfrasis de los eventos que actualmente tienen lugar en los campos del desarrollo, la economía mundial, los escenarios sociales y las influencias culturales y políticas. Según (Reyes G., 2001), con respecto al dinamismo económico, los avances tecnológicos NTICs, cada vez son más asequibles a las pequeñas y medianas empresas; creando un nuevo espacio para las transacciones económicas, la utilización de los recursos productivo de intercambio, de equipo y la presencia de los mecanismos monetarios virtuales (p. 44)

La teoría del desarrollo globalizado destaca que los avances tecnológicos se instituyen como modelos de desarrollo para lograr mejores niveles de vida. (Salinas. 2016.) menciona acerca del modelo de economía colaborativa; "una economía en la que existe la posibilidad de intercambiar bienes o servicios; a la vez se la denomina consumo acoplado a la oportunidad que se le da a las personas de conseguir productos a precios accesibles y de buena calidad, así mismo, permite vender o intercambiar productos con los demás consumidores, a través de las plataformas colaborativas" (p. 8).

De la revisión de las diferentes teorías se ha seleccionado a la teoría de la globalización como base de la siguiente investigación, sin desestimar las antes enunciadas, siendo así que la globalización lleva en sí las demás teorías, facilitando el acceso al actualizarse tecnológicamente a un ritmo cada vez mayor, teniendo como

punto de referencia las aplicaciones delivery, mismas que llevan a acortar distancias o como caso puntual a abastecer a las familias de insumos básicos, como lo sucedido desde la pandemia COVID-19 hasta la actualidad.

El e-commerce es una de las conceptos más relevantes y nuevos del presente siglo, es un área del marketing digital que ha dado mucho de qué hablar en los últimos años, debido a la actual crisis que vivimos con el COVID-19 y el confinamiento al cual la ciudadanía de un modo u otro estuvo inmerso. Con un potencial crecimiento, el uso de internet y de las plataformas de delivery para conseguir productos y servicios se ha vuelto indispensable para todos los negocios. Para tal efecto uno de los mejores canales en los que se han apoyado las empresas para superar la crisis es la utilización de plataformas de e-commerce.

Durante el tiempo que duró el confinamiento y que a la actualidad persiste en sentido del incremento de variantes del COVID-19, una palabra se hace más y más recurrente, el término e-commerce, o comercio electrónico, el cual es una plataforma o sitio web destinado al servicio en línea, o la venta de productos.

Consiste, generalmente, en una galería de imágenes o un catálogo en línea en la que los clientes pueden visualizar los productos que vende un proveedor o comerciante, ver las tallas, colores, leer descripciones del producto y otras diferenciaciones en las que está disponible, con la simplicidad de realizar el pago directamente en internet mediante la misma plataforma utilizando diversos métodos de pago, como tarjetas de crédito o débito, transferencias bancarias, entre otras.

Una de las plataformas o App más conocidas para la adquisición de productos es Amazon, es un Marketplace, en los que muchos vendedores publican sus productos para la venta. Un e-commerce empresarial, se mueve de la misma forma, con la diferencia de que estará sujeto a una marca y se venderán los productos de un solo comerciante. Se podrá definir de la siguiente manera:

- Ecommerce: es la forma en inglés para referirse al comercio electrónico, que consiste en la compra y venta de servicios o

productos a través de dispositivos conectados a internet u otras redes informáticas.

- Business to Business (B2B): significa, negocio a negocio, es aquel en el que las transacciones comerciales se llevan a cabo únicamente de empresa a empresa.
- Business to consumer (B2C): este el tipo de comercio electrónico que se lleva a cabo entre empresas y consumidores, es decir, el modelo más conocido y en el que la mayoría de los emprendedores piensa al iniciar un negocio.
- Consumer to consumer (C2C): es el tipo de comercio electrónico en el que los consumidores pueden vender y comprar entre ellos. Las plataformas más populares para este tipo de transacciones son Ebay y MercadoLibre, en donde los particulares venden y compran artículos nuevos o de uso.
- Consumer-to-Business (C2B): este modelo se refiere al intercambio comercial en el que los consumidores ofrecen algo a las empresas. Así es, los consumidores también puedes hacer negocios con las empresas más allá de solo comprar lo que ofrecen. La principal característica del C2B es que los clientes aportan valor a la empresa y reciben a cambio una serie de beneficios.
- Plataforma de comercio electrónico: es un software que ofrece la posibilidad de crear tiendas online para vender productos o servicios, dichas plataformas proporcionan al usuario diferentes herramientas que los ayudan a ejecutar su tienda fácilmente.
- Dropshipping: es una forma de vender en línea en la cual la tienda no necesita tener los productos en almacén, un proveedor se encarga de esa parte.

### **2.3.4 El servicio Delivery su crecimiento e importancia en la economía actual**

Por medio de las diferentes plataformas esta economía de costo y servicio permite a los clientes comprar productos, establecer precios, gustos y preferencias al utilizar los delivery, así mismo, realizar la entrega de productos de una manera inmediata. Según (Castro y Quiroga 2019). a través de la tecnología, le permite “mejorar la precisión al momento de ordenar comida, envío de paquetería y demás, aumentar la productividad, mejorar la relación con el consumidor, dando como resultado expansión el mercado” (p. 10).

Además, el servicio delivery brinda ventajas a los consumidores, como son: ahorrar tiempo y acceso a oferta. Este tipo de servicio está teniendo efectos sobre restaurantes o proveedores y el producto en sí, sobre todo en la clientela. Por otro lado, según cita Klarié, (2018) el servicio delivery es una función logística mediante el cual: (Se brinda un producto o servicio hasta la puerta del hogar; si bien es cierto, antes el cliente solo hacía compras de manera presencial en una determinada tienda, pero ahora es la empresa quien va hacia ellos).

El impulso del porqué se realiza el delivery como lo son las empresas Pedidos Ya, Uber Eats, Rappi, es porque produce un efecto de un servicio personalizado en la comodidad del hogar, ya que los clientes se sienten bien cuando existe algo que se adapta a sus actividades y/o necesidades según el momento que el cliente lo requiera (párr. 2).

El servicio delivery es un asunto en el que actúa el consumidor y proveedor que se inicia cuando el cliente solicita el producto y es entregado el pedido hasta su domicilio; es ahí cuando el cliente o consumidor entrega el dinero al proveedor del servicio. De acuerdo con lo manifestado en Supply Chanin (2015) (se menciona que el delivery es importante para gestionar una cadena de gestión de suministros, porque cuando se entrega el bien o servicio se culmina el proceso comercial y luego esto lleva a la otra parte a efectuar el pago por lo adquirido).

### **2.3.5 Logística de Entrega**

En la presente investigación podemos describir dos tipos de delivery que se relacionan entre sí por su forma y el servicio que brindan, las plataformas o App dentro de la cadena de entrega de suministro o de la mejora continua de los procesos de entrega, sean estos de recolección, entrega, cobro, lo importante es la forma de entrega dentro de la cadena, es decir el servicio y el costo de los mismos a través de:

Entrega Indirecta: es quien entrega el producto al cliente. En este tipo existen dos canales de distribución: corto y largo. El corto cuando el número de intermediarios es reducido; en el largo, el número de intermediarios es elevado. Se podrá describir de la siguiente manera a través de un ejemplo, que al existir un mayor número de empleados la frecuencia de reparto de productos será mayor y al existir menor número de empleados sean estos motorizados la frecuencia de reparto será menor

Entrega directa: es cuando el artículo o bien, es entregado en manos del cliente final; no existen intermediarios entre el productor o vendedor y el consumidor final. Estableciendo una comparación con el delivery en las empresas Pedidos Ya, Uber Eats, Rappi, de Guayaquil, Samborondón, Durán.

## **2.4 Marco Legal**

Para continuar con la investigación es importante conocer las diferentes leyes existentes en el país, a las que se puedan acoger quienes se dedican a trabajar con las plataformas digitales de la zona 8 de Ecuador.

### **2.4.1 La Agenda 2030 y los objetivos de desarrollo sostenible**

Debemos ser conscientes de una realidad que afecta al desarrollo de todos y cada una de las personas a nivel general, claro está que esta parte se distrae del ámbito de costos y servicios de la presente tesis, pero debemos entender que todo trabajo está regulado por entidades de carácter público y privado.

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, aprobada en septiembre de 2015 por la Asamblea General de las Naciones Unidas, establece una visión de transformación hacia la sostenibilidad económica, social y ambiental de los 193

Estados Miembros que la suscribieron y será la pauta de referencia para el trabajo del organismo en los que este enfoque estará durante los próximos 15 años.

Esta nueva hoja de ruta muestra una oportunidad histórica para América Latina y el Caribe, ya que contiene temas de carácter prioritarios para la región, como la reducción de la desigualdad en todas sus dimensiones, un desarrollo económico inclusivo con trabajo decente para todos, ciudades sostenibles y cambio climático, entre otros.; el conocimiento de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) asociados a esta Agenda ayudará a evaluar el punto de partida de los países de la región, analizar y enunciar los medios para obtener esta nueva visión del desarrollo sostenible, que se expresó de manera colectiva y quedó plasmada en la Agenda 2030.

Existen varios artículos u objetivos que deberían ser tomados en cuenta por cada una de los actores antes mencionados, tal cual como lo indica el objetivo 8 promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno, productivo y el trabajo decente para todos, el objetivo 8.3 el cual indica el promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas, las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros.

#### **2.4.2 Constitución de la República del Ecuador (Asamblea Nacional Constituyente, 2008)**

Son muchos los artículos o leyes que pueden relacionarse con esta investigación donde se emplean los datos de los costos y servicios nos debemos referir, al ámbito que rige toda sociedad civil desde lo más profundo de la actividad que es la Constitución de la República del Ecuador, indistintamente de cuando se haya aprobado pero que guarda en su seno el carácter de regente para todo tipo de acto. Es por ello por lo que se hace mención en su:

Art. 16.-Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua

y con sus propios símbolos. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación. (...). (Asamblea Nacional Constituyente, 2008)(p.14)

Art. 17.- El estado fomentara la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto el numeral 1 nos indica: Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada (...). (p.14)

Art. 262.- Los gobiernos regionales autónomos tendrán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de las otras que determine la ley que regule el sistema nacional de competencias: En el inciso número 6 indica: Determinar las políticas de investigación e innovación del conocimiento, desarrollo y transferencias de tecnologías, necesarias para el desarrollo regional, en el marco de la planificación nacional (...). (Asamblea Nacional Constituyente, 2008) (p. 86 p.104.)

Art. 385.- El sistema nacional de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, en el marco del respeto al ambiente, la naturaleza, la vida, las culturas y la soberanía, tendrá como finalidad: 1. Generar, adaptar y difundir conocimientos científicos y tecnológicos. 3.- Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir. (Asamblea Nacional, 2008) (p. 117)

### **2.4.3 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (Decreto Ejecutivo 757 Registro Oficial Suplemento 450 de 17-may.-2011 Última modificación: 20-dic.-2018 Estado: Reformado)**

Art 4, establece como fines, entre otros: “c) Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas”; “d) Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales”; “l) Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico”; y, “t) Fomentar y apoyar la investigación industrial y científica, así como la innovación y transferencia tecnológica”

Art. 1957 define a la sociedad o compañía como el “contrato en el cual dos o más personas estipulan poner algo en común (dinero, bienes, servicios, industria o trabajo apreciables en dinero), con el fin de compartir entre sí los beneficios que de ello emanen”. La Ley de Compañías, regula a las sociedades mercantiles y cuya normativa define a la compañía como el “contrato mediante el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades”. Para lo cual se necesitaría de varios socios o la unificación de compañías con un solo fin que es el delivery.

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo está orientado en una investigación de las variables servicio delivery y los costos por entrega de las empresas Pedidos Ya, Uber Eats, Rappi, que realizan la logística de carga al menudeo. Según (Bastar 2012.) “recabar, registrar y analizar los datos obtenidos de las fuentes seleccionadas y consultadas, proporcionando los elementos indispensables para elaborar y sustentar un informe final que justifique la investigación.” (p.36)

#### 3.1 Enfoque de la investigación

El estudio: “Análisis de los costos y servicios que prestan las principales plataformas delivery, en la zona de planificación 8 de Ecuador, en tiempos de pandemia, será desarrollado con mayor énfasis en lo cualitativo, ya que este enfoque permitirá una mayor interpretación de los hallazgos. En tanto, el enfoque cuantitativo permitirá el estudio de datos a través del método deductivo, para analizar los costos establecidos de las plataformas de delivery. “representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos” Hernández (2014).

#### 3.2 Alcance de la investigación

El alcance del estudio será de tipo exploratoria<sup>7</sup>, documental<sup>8</sup> y descriptiva<sup>9</sup>, el tema de estudio requiere de una búsqueda de información en diferentes fuentes primarias (diarios, entrevistas), de allí la necesidad de la investigación exploratoria; la documental provendrá de información publicada en periódicos y revistas digitales, ya que el tema es de actualidad y toma mayor trascendencia con la nueva normalidad ocasionada por la Pandemia Covid-19 y la descriptiva permitirá la interpretación concisa de la naturaleza del tema de estudio.

---

<sup>7</sup> Se desarrolla sobre un tema u objetivo desconocido o poco estudiado, dando como resultado una visión aproximada de dicho tema

<sup>8</sup> Se realiza a través de documentos tales como: revistas, libros, registros, constituciones entre otros

<sup>9</sup> Se encarga de puntualizar las características de una población objeto o de estudio

### **3.3 Técnica e instrumentos para obtener los datos**

Para el desarrollo de la presente tesis se utilizará la técnica de entrevista estructurada (enfoque cualitativo). será dirigida a 3 trabajadores que laboraron en la pandemia, quienes pertenecieron a diferentes aplicaciones más reconocidas dentro del campo de delivery. La entrevista conformada por 8 preguntas tuvo como objetivo indagar sobre los costos y características de los servicios de las principales plataformas delivery de la zona de planificación 8 de Ecuador, en tiempos de Pandemia.

### **3.4 Presentación y análisis de resultados**

Tomando en consideración el rápido crecimiento de las plataformas digitales vemos que los tipos de compras y canales utilizados por los usuarios de esta red, se definen con la utilización de páginas Web en un 35 % durante la presente pandemia, las otras aplicaciones como WhatsApp, Instagram, Facebook, generan un porcentaje significativo a escala del 59 %, claro está que otros portales electrónicos figuran en este tipo de mercado.

Una de las fuentes que mueve este mercado es la forma de pago, con que se relacionan estas plataformas va desde el efectivo, tarjeta de débito, transferencia bancaria y tarjeta de crédito, esta última tiene un problema, hay que dar todos los datos de la misma al dependiente donde se quiere obtener el producto. Incluyendo el movimiento creciente y cada vez de mayor aceptación entre los jóvenes como son el código QR, la Billetera Electrónica, y por último ocupando un sitio importante en las transacciones como lo es el Bit-Coin, moneda de fuente digital.

Existen varios tipos de Delivery unos nacieron durante la pandemia otros se relacionaron unos con otros y otros simplemente tomaron el control del mercado de entregas rápidas de comida o de productos varios, se mencionan a tres (3) en la presente investigación que son los más importantes, pero existen otros modelos los cuales serán descritos en conjunto a continuación:

- Domicilios.com: Fundado en 2007, funciona desde el 2010, se incorporó en Ecuador en el 2016. Cantidad de usuarios no especificados, generó cerca de 500 empleos directos y 1.000 indirectos

Actualmente solo funciona en Colombia y varias ciudades de Perú. En Ecuador hasta el 2019.

- UberEats: Fundado en 2014, con aproximadamente 7 años de funcionamiento en Ecuador. 219.000 usuarios, cuenta con 2.500 restaurantes registrados en la aplicación se lo puede ubicar en diferentes ciudades principales del Ecuador Ambato, Cuenca, Quito y Guayaquil (UberEats, 2020)
- Glovo: la cual fue fundada en el 2015, con aproximadamente 7 años de funcionamiento en Ecuador. En su sistema tiene más de 7 millones de usuario Alrededor de 20.000 restaurantes y tiendas, más de 2.500 repartidores a nivel nacional La aplicación tiene presencia en Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, Ambato, Santo Domingo, Machala, Ibarra y Portoviejo. (Glovo, 2020), durante el 2021 dio un mayor impulso a Glovo Access, un proyecto para que la tecnología de la aplicación llegue a los sectores más vulnerables.
- Rappi: fue fundado en 2015, con aproximadamente 7 año de funcionamiento en Ecuador. Más de 600.000 usuarios en el Ecuador, más de 200.000 se encuentran en Guayaquil, en su App cuenta con más de 2.000 marcas y 4.500 locales. Más de 3.500 Rappi tenderos entre Quito, Guayaquil, Manta, Portoviejo, Montecristo, Cuenca, Sta. Elena, Salinas, Libertad (Rappi, 2020) Rappi, aumentó su demanda ocho veces más el 2020 con relación al 2019. Para el 2021 pudo crecer entre tres o cuatro veces más, consolidó su equipo de operaciones, fortaleció su oferta a farmacias, tiendas de retail, restaurantes, implementó nuevos canales de servicio al cliente en WhatsApp para usuarios Rappi Prime y Diamante.
- Super Easy: a raíz de la pandemia creció rápidamente, lo que los llevó a abrir nuevos darkstores. Su gerente, Susan Jones, “afirma que su propuesta de valor al cliente es contar con bodegas propias, manejando un inventario a tiempo real, lo cual les permite cumplir con estándares de tiempo y servicio”.

Este año la aplicación está trabajando en el desarrollo de mejores filtros de calidad que van desde la operación interna hasta post compra, Jones

“detalla que este año la marca aspira a posicionarse como líder en supermercado online en Ecuador, para ello buscan conectarse más con sus clientes, garantizando una excelente experiencia de compra e incorporando nuevas marcas de productos para los usuarios, así como un programa de fidelización a clientes”. Super Easy cuenta actualmente con 200.000 usuarios y opera en: Quito, Guayaquil, Samborondón, Daule y Salinas.

- Picker: es fundada en el 2017, funciona en Ecuador desde hace 2 años. Cuenta con 50.000 usuarios Más de 1.000 restaurantes y 1.200 motorizados. Guayaquil, Daule, Durán y Samborondón (Alvarado, 2020)

### 3.5. Resultados de las entrevistas aplicadas

La entrevista a los operarios del sistema delivery fue realizada de forma directa a cada uno de ellos, con la finalidad de obtener datos más claros y precisos de los costos que representa el servicio delivery, para lo cual se tomó un grupo de 7 preguntas para un universo de 3 trabajadores de dichas plataformas, las cuales estaban orientadas al entorno de costo, servicio, y preferencia por el uso de las plataformas

Dentro de este contexto debemos indicar cuál es o sería el mejor costo de la logística de los envíos o las entregas por parte de las compañías de delivery que funcionan en de la zona de planificación 8 de Ecuador en tiempo de pandemia, claro está que el servicio es de forma variada, pero se pudo obtener datos precisos del valor a cobrar por parte de los empleados o llamados motorizados por sus servicios.

Tabla 2. *Ficha de observación de la entrevista*

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE ESTUDIO			
TÉCNICA	INSTRUMENTO	INVOLUCRADOS	LOCALIZACIÓN
Entrevista	Preguntas abiertas	3	Los tres sectores comprendidos Guayaquil, Samborondón, Durán.

Fuente: Entrevista a tres personas trabajan en delivery sobre su movimiento de costo y servicio

Elaborado por: Elbert & Frydson (2021)

Tabla 3. *Resultados realizados de las entrevistas a los 3 empleados de las plataformas en la investigación acerca del servicio delivery Pedidos Ya, Uber Eats, Rappi*

Detalles de la entrevista realizadas	Estimado de respuesta simplificado	Total, de Respuestas
Antes de la emergencia sanitaria, usted realizaba entrega a domicilio	Ocasionalmente	3
Durante la emergencia sanitaria cómo vio afectadas las entregas	Aumento de las entregas	3
Realizaba entrega a domicilio durante la emergencia sanitaria	Siempre	3
El servicio de entrega a domicilio le permite captar un mayor número de clientes	En aumento	3
Cuál fue el nivel de solicitudes de comida durante la emergencia sanitaria	Alto	3
Satisfacción del cliente con el servicio de entrega a domicilio	Muy de acuerdo con la entrega	3
Medios de transporte utilizados para la entrega de productos	De preferencia motocicleta por su rapidez	3

Elaborado por: Elbert & Frydson (2021)

Datos conseguidos de la entrevista aplicada a los empleados de las empresarias delivery dentro del análisis de los costos y servicios que prestan las principales plataformas delivery en la zona de planificación 8 de Ecuador, en tiempos de pandemia.

### **Pregunta 1**

#### **¿Antes de la emergencia sanitaria, usted realizaba entrega a domicilio?**

**Análisis e interpretación:** Al efectuar la entrevista se obtuvo como resultado que los encuestados no realizaban entregas a domicilio, siendo en su total entrega a las oficinas y empresas de la Zona 8, con estos resultados se puede manifestar que las empresas de delivery realizaban ocasionalmente entregas a los domicilios o sectores residenciales antes del confinamiento sanitario. Lo que contrasta con la realidad

durante el encierro que se vivió y del cual solo los del servicio de delivery estaban autorizados a movilizarse por la ciudad

### **Pregunta 2**

**¿Durante la emergencia sanitaria cómo vio afectadas las entregas?**

**Análisis e interpretación:** durante la emergencia sanitaria se registró un aumento en los niveles de trabajo de las empresas dedicadas al reparto de alimento y otros productos

### **Pregunta 3**

**¿Durante la emergencia sanitaria, como trabajador del área de logística y delivery usted realizaba entrega a domicilio?**

**Análisis e interpretación:** Al efectuar una pregunta de carácter importante, si se entregaba a domicilio los alimentos y productos la respuesta fue unánime de los encuestados; indicando que realizaron múltiples entregas, en especial de productos comestibles a los hogares.

### **Pregunta 4**

**¿El servicio de entrega a domicilio le permite captar un mayor número de clientes?**

**Análisis e interpretación:** Todos coincidieron en que el número de clientes se incrementó a medida que las restricciones eran más rígidas para los ciudadanos

### **Pregunta 5**

**Durante el confinamiento ¿cuál fue el nivel de solicitudes de comida?**

**Análisis e interpretación:** En relación con el flujo de clientes, estos aumentaron durante la pandemia, podemos destacar el incremento unificado a muy alto y se deduce que durante el confinamiento que se produjo en esa época, se realizaron más entrega a domicilio que a empresas en lo que a sector comida se refiere y muy poco al sector de paquetería.

## Pregunta 6

**¿Considera usted que sus consumidores o clientes se sintieron satisfechos recibiendo el servicio a domicilio?**

**Análisis e interpretación:** Los entrevistados indicaron un alto grado de satisfacción al servicio prestado y al costo del mismo. Lo que indica la clara satisfacción de los clientes durante la pandemia,

## Pregunta 7

**En la emergencia sanitaria ¿Qué medios de transporte utilizaban para la entrega de los productos?**

**Análisis e interpretación:** Los entrevistados indicaron una tendencia hacia el uso del medio de transporte más rápido, la motocicleta, ya sea por su capacidad, rapidez, desplazamiento en las calles. Sin dejar de considerar a los otros medios que fueron y son mucha utilidad dependiendo el tipo del producto.

### 3.6. Servicios y costo de las principales plataformas delivery de la zona de planificación 8 de Ecuador en tiempos de Pandemia

De la aplicación de la entrevista a colaboradores de las plataformas digitales en estudio, se ha podido establecer la siguiente información con relación al costo del servicio delivery en la zona de planificación 8 de Ecuador:

Tabla 4. *Costo del servicio Delivery*

EMPRESAS DELIVERY	COSTO POR SERVICIO	ENTREGAS PROMEDIO	COSTO DEL SERVICIO
UBER	25 % DEL VALOR DE LA CARRERA	5 KM	
RAPPI	1.30 MINIMO X km	5 KM	\$1.30
	2.40 X entrega de comisariato	5 KM	\$2.40
PEDIDOS YA	0.45 X km	5 KM	\$2.25
GLOVO	0.35 X km	5 KM	\$1.75

Elaborado por: Elbert & Frydson (2021)

De la información de la tabla 3 podemos observar claramente que existe una pequeña diferencia entre los costos de las empresas, este costo nos permite cuantificar cuales serían los valores a cobrar por cada una de las App sea esta: Pedidos Ya, Uber

Eats, Rappi. Es importante indicar que la plataforma Pedidos Ya anteriormente tenía el nombre de Glovo representando una participación significativa en el mercado.

Algo que se puede resaltar es que los valores por km de Rappi están acordes con las otras dos empresas mencionadas, pero para entregas de comisariato establece una tarifa única de \$ 2.40; lo cual puede ser una ventaja para los que viven lejos y una desventaja para los que viven cerca, ya que no se especifica el número de KM para dicha entrega. Otro punto importante es el caso específico de Uber, el cual cobra al repartidor un porcentaje del valor de la carrera, esto implica que a mayor distancia mayor será el cobro del servicio delivery lo que iría en contra del bolsillo de los consumidores que se ubican fuera del rango de KM posible.

### 3.7 Matriz FODA

Por medio del presente cuadro se examinará una de las variables más complejas de esta tesis ya que representa un rol importante en la búsqueda de factores que inciden en la continuidad de las principales plataformas de delivery de la zona de planificación 8 del Ecuador.

Tabla 5. *Matriz FODA Delivery*

<b>MATRIZ FODA</b>		
<b>DELIVERY</b>	<b>OPORTUNIDADES (O)</b>	<b>AMENAZAS (A)</b>
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Compras día a día</li> <li>2. Baja negociación por parte del cliente</li> <li>3. Presumible estabilidad económica para los delivery</li> <li>4. Poca competencia entre las empresas delivery</li> <li>5. Los supermercados no cuentan con repartidores</li> </ol>
<b>FORTALEZAS (F)</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Servicio 24/7</li> <li>2. Compras realizadas a través de multiplataforma</li> <li>3. Atención de carácter personalizado.</li> <li>4. Fidelidad hacia la plataforma.</li> <li>5. Facilidad de pago sea esta con tarjeta o efectivo.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tratar de ubicar más bodegas con el mismo sistema de ubicación estratégica de cada una de las plataformas (F1, O1)</li> <li>✓ Facilidad de pago a los consumidores y clientes (F5, O1, O3)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Atención a las App y personalización de la atención (F4, F3, A2)</li> <li>✓ Establecer o crear nuevas bodegas en otros distritos</li> </ul>
<b>DEBILIDADES (D)</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rivalizar contra los supermercados por las ofertas que ofrecen.</li> <li>2. Suficiente recurso humano para la repartición de los productos o suministros.</li> <li>3. Fidelidad de los clientes a los supermercados</li> <li>4. No genera empleo adecuado</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Buenas relaciones comerciales de seguimiento a los clientes (D3, O5)</li> <li>✓ El horario de atención permite competir con los supermercados (D1, O5)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Que los clientes opten por los supermercados a la falta de locales y de nuevas políticas municipales (D1, A4)</li> <li>✓ Negociar con los proveedores para obtener ofertas y promociones en productos ya sea de temporada o de consumo</li> </ul>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Elaborado por: Elbert & Frydson (2021)

## ANALISIS

F. permite establecer que las plataformas delivery ubicadas en la zona de planificación 8 contienen un mayor número de habitantes, donde la actividad comercial es significativa, con atención los siete días calendario, creando así una fidelización del cliente; el uso de Ntics se tiende a incrementar no solo por el uso de los trabajadores sino también por los clientes facilitando su acceso y además el pago a través de la banca.

O. esto sin duda crea un nicho de mercado muy competitivo por la necesidad de las compras y la necesidad de adquirir productos por parte de un cliente el cual se traduce en varias compras al día creada por la necesidad o las restricciones a las salidas de los mismos.

D. las debilidades están a la vista por que los clientes se centran en un solo tipo de productos, como lo son los supermercados segmentando el flujo hacia los mismos lo crea una demora en el servicio por la búsqueda de los productos y a la vez también se vuelve igualitario para concentrar en un solo nicho de mercado como lo es el sector comida.

A. se puede indicar que la amenaza más evidente es el contagio por COVID-19 que puede generar entre el delivery y el cliente un aumento o disminución del mismo, claro está que también puede darse el incremento en otra plataforma por los beneficios que brinde y a la vez la unificación comercial de dichas plataformas.

## CONCLUSIONES

Las plataformas delivery investigadas nos dan una clara conclusión de la investigación titulada: Análisis de los costos y servicios que prestan las principales plataformas delivery en la zona de planificación 8 de Ecuador, en tiempos de pandemia, se relacionan con los objetivos de la investigación, y son:

- La contextualización del tema resumido en los elementos teóricos y sus variables de estudio, relativos a la pandemia, así como investigaciones de diferentes autores que anteceden el presente trabajo en mención, ayudó a enriquecer de manera científica el proceso investigativo y se eligió a la teoría de la globalización como base de la presente investigación.
- Mediante la utilización del método de observación y la entrevista a colaboradores de las plataformas delivery, se logró Identificar las principales Plataformas Delivery que se encuentran operando en la zona de planificación 8 de Ecuador, en tiempos de Pandemia, las cuales fueron Uber Eats, Pedidos Ya y Rappi.
- En cuanto a los costos y servicios que ofrecen las plataformas Delivery estas varían en un costo por km entre .35ctv y .45ctv. Además, ciertos supermercados también brindaron este servicio con una tarifa de \$1,50 a \$2,40 en el envío de productos a los domicilios: para concluir los servicios que ofertan las Plataformas delivery son las siguientes, en orden de importancia:
  1. Entrega a domicilio de comida preparada
  2. Entrega de compras de medicamentos y supermercado
  3. Entrega de documentos
  4. Los llamados “favores” que son entregas de ramos de flores, tarjetas y recuerdos para ocasiones especiales

- Luego del desarrollo de la matriz FODA se concluye que, las fortalezas que presentan las plataformas Delivery en la zona 8 de estudio son: muy necesarias en tiempos de pandemia y post cuarentena; permitiendo la comercialización de alimentos o bienes los siete días de la semana, atendiendo en forma personalizada a través de multiplataforma.

En cuanto a las debilidades existentes, se asocian a que no generan empleo adecuado y rivalizan el mercado con los supermercados. Las amenazas se evidencian en los nuevos emprendimientos de tipo informal de manera numerosa (nacional e internacional), copiando el modelo. Las oportunidades se vinculan con ventas diarias y que la pandemia concluirá totalmente en los próximos años, creando una presumible estabilidad laboral de los delivery, hasta tanto la sociedad se habrá acostumbrado a este tipo de servicio.

- Finalmente, se estima que fue cumplido el objetivo general de Analizar los costos y servicios que prestan las plataformas de delivery, frente a la pandemia, en la zona de planificación 8 de Ecuador, y por ende se dio respuesta al problema que motivó la investigación del tema.

## RECOMENDACIONES

- Se considera el resultado del proceso investigativo como base primaria para la continuidad del trabajo, así como en general constituya una guía para posteriores investigaciones, sería importante poder hacer un seguimiento en lo que respecta a los costos de los servicios delivery para que permanezcan en el tiempo y ayuden a la generación de un empleo adecuado y tener mayores prestaciones
- Las empresas, inician grandes retos para distribuir sus productos, por eso es importante, que el sector delivery replantee las medidas acogidas durante la emergencia sanitaria para crear nuevos tipos de negocios con modelos más dinámicos, haciendo más interesante la oferta y cubrir la demanda de delivery existente.
- Todas las App digitales se han transformado en una excelente herramienta, la cual ha servido de apoyo para las ventas, por servicio a domicilio que ofrecen las empresas de delivery como lo son Pedidos Ya, Uber Eats, Rappi; de tal modo que debe darse una estrategia personalizada de negocio o ventas, si dichas empresas con la implementación del servicio delivery requieren lograr rentabilidad, o al menos, contribuir a crear ingresos post pandemia, es puntual la ejecución de establecer de forma planificada, en las áreas de logística, calidad, rapidez, seguridad y por supuesto que el negocio tenga éxito.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Asamblea Nacional. (2008). Obtenido de

[https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)

Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*.

Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)

bastar, s. g. (2012). *metodología de la investigación*. Obtenido de

[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjVgeTj\\_Lv0AhUvRDABHWLxAf8QFnoECAIQAQ&url=http%3A%2F%2Fwww.aliat.org.mx%2FBibliotecasDigitales%2FAxiologicas%2FMethodologia\\_de\\_la\\_investigacion.pdf&usg=AOvVaw11ZrCVY37u](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjVgeTj_Lv0AhUvRDABHWLxAf8QFnoECAIQAQ&url=http%3A%2F%2Fwww.aliat.org.mx%2FBibliotecasDigitales%2FAxiologicas%2FMethodologia_de_la_investigacion.pdf&usg=AOvVaw11ZrCVY37u)

El universo. (05 de 09 de 2018). *El Universo*. Obtenido de

<https://www.eluniverso.com/noticias/2018/09/05/nota/6938438/pedidos-online-ya-no-son-solo-comida/>

ENEMDU. (JUNIO de 2020). *INEC*. Obtenido de

[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2020/ENEMDU\\_telefonica/Principales\\_Resultados\\_Mercado\\_Laboral.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2020/ENEMDU_telefonica/Principales_Resultados_Mercado_Laboral.pdf)

Formichella, M. (enero de 2005). *Gestión del emprendimiento y la innovación. LA EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE INNOVACIÓN Y SU RELACIÓN CON EL DESARROLLO. Distrito de Tres Arroyos, Argentina: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria*. Obtenido de

<https://core.ac.uk/download/pdf/48031881.pdf>

Hernández, J. G. (2008). análisis critico de las teorías del desarrollo económico. Zapopan, Jalisco, México. Obtenido de <https://www.unisc.br/site/sidr/2008/textos/63.pdf>

- Reyes, G. (junio de 2001). *Teoría de la Globalización: Bases Fundamentales*. *TENDENCIAS, II(1)*, 43-53. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/26420626\\_Teoria\\_de\\_la\\_globalizacion\\_bases\\_Fundamentales](https://www.researchgate.net/publication/26420626_Teoria_de_la_globalizacion_bases_Fundamentales)
- Sampieri, R. (2010). *www.FreeLibros.com*. Obtenido de <https://www.icmujeres.gob.mx/wp-content/uploads/2020/05/Sampieri.Met.Inv.pdf>
- Senplades. (2019). *Agendas Zonales*. Guayaquil. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/06/Agenda-Coordinaci%C3%B3n-Zonal-Z8-2017-2021.pdf>.
- Álvarez, C., Morán, J., & Baque, E. (2020). Impacto de la Covid-19 en el desarrollo económico de los microempresarios de la ciudad de Jipijapa. *Investigación y pensamiento crítico*, 53-65. Obtenido de <https://www.3ciencias.com/wpcontent/uploads/2020/12/art-2-3c-emp-ee-covid19-diciembre-2020-2.pdf>
- Arellano, N. R., & Acosta, G. E. (2020). Uso de apps delivery service en microempresas gastronómicas de reciente creación en la Ciudad de México. *Revista Administración y Organización*, 35-54.
- Baena Paz, G. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Grupo Editorial Patria.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: PEARSON EDUCACIÓN.
- Bravo, D. (16 de junio de 2020). Bajas ventas registran los locales comerciales y restaurantes de la av. República de El Salvador. *El Comercio*. Recuperado el 26 de noviembre de 2020, de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ventas-locales-comerciales-quitocoronavirus.html>
- Brenes, P. (2015). *Técnicas de almacén*. Recuperado el 20 de octubre de 2020, de <https://books.google.com.pe/books?id>

- Cañete, N. (21 de marzo de 2020). Coronavirus: ¿Cómo apoyar desde el sector de fomento a la innovación y las pymes? Recuperado el 15 de marzo de 2021, de Blog del BID para conservar sobre innovación en América Latina y el Caribe:  
<https://blogs.iadb.org/innovacion/es/innovacion-coronavirus-pymesemprendimientos/>
- Cárdenas, G., & Michel, R. (septiembre-octubre de 2018). *Tiempo Económico*, XIII(40), 53-64. Obtenido de  
<http://tiempoeconomico.azc.uam.mx/wpcontent/uploads/2020/01/40te3.pdf>
- Carvajal, M. L., & Ormeño, A. J. (2019). *FPB - Preparación de pedidos y venta de productos*. Editex.
- Castro, C., & Quiroga, J. (2019). *Análisis de la economía colaborativa y su implicación económica en los restaurantes*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- CEPAL. (2020). *América Latina y el Caribe ante la pandemia del COVID-19. Efectos económicos y sociales*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/45337-america-latina-caribe-la-pandemia-covid-19-efectos-economicos-sociales>
- Díez, M. I. (2019). El método de investigación bibliográfica. Recuperado el 15 de enero de 2020, de <https://www.doccity.com/es/el-metodo-de-investigacionbibliografica/5578094/>
- Edwards, M. (2000). *COMMUNITY GUIDE TO Development Impact Analysis*. Obtenido de [https://conservationtools.org/library\\_items/350-Community-Guide-toDevelopment-Impact-Analysis](https://conservationtools.org/library_items/350-Community-Guide-toDevelopment-Impact-Analysis)
- Fano, F. J. (25 de septiembre de 2015). Obtenido de ¿Qué es estrategia? El pensamiento de Michael E. Porter: [mejoracompetitiva.es/2015/estrategia](http://mejoracompetitiva.es/2015/estrategia)
- Gámez, G. J. (2019). *Emprendimiento, creatividad e innovación*. Universidad de La Salle.
- Gestión Digital. (17 de agosto de 2020). *5 estrategias para reactivar mi restaurante en medio*

de la pandemia. Revista Gestión. Recuperado el 05 de febrero de 2021, de <https://www.revistagestion.ec/cifras/5-estrategias-para-reactivar-mi-restaurante-enmedio-de-la-pandemia>

Gestión Digital. (05 de agosto de 2020). Glovo presenta los resultados del estudio del impacto socioeconómico en Ecuador. Revista Gestión, Economía. Recuperado el 11 de octubre de 2020, de <https://revistagestion.ec/empresas/glovo-presenta-losresultados-del-estudio-del-impacto-socioeconomico-en-ecuador>

Gheorghiu, A. (14 de septiembre de 2020). ¿Cuál es el valor económico que genera el sector del "delivery" en España? Recuperado el 10 de octubre de 2020, de <https://dirigentesdigital.com/economia/cual-es-el-valor-economico-que-genera-el-sector-del-delivery-en-espana>

Guevara, C. (25 de julio de 2020). Restaurantes de Guayaquil plantean más estrategias para resurgir en la pandemia. Diario El Universo. Obtenido de [www.eluniverso.com](http://www.eluniverso.com)

Helguera, G. (05 de agosto de 2018). El rol del empresario según la visión de Marshall.

Obtenido de La Capital: [lacapital.com.ar/economia/el-rol-del-empresario-segun-lavision-de-marsha](http://lacapital.com.ar/economia/el-rol-del-empresario-segun-lavision-de-marsha)

## ANEXOS

### Anexo 1. Ubicación geográfica de la Zona 8 de Ecuador



El centro de desarrollo urbano, económico y político de la Zona 8 es la ciudad de Guayaquil. Su dinámico crecimiento generado por su condición de puerto desde tiempos coloniales, el incremento constante del comercio interno y las exportaciones de varios productos, el desarrollo de su industria desde mediados del siglo anterior, así como la migración interna desde diversas zonas del país, han convertido a esta urbe en un polo de desarrollo regional y nacional. (Senplades, 2019)

Figura 1. División Política de la Zona 8 de Ecuador que comprende Guayaquil, Samborondón, Durán

Elaboración: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo Zona 8 (2018).

## Anexo 2. Guion de la entrevista

1. ¿Antes de la emergencia sanitaria, usted realizaba entrega a domicilio?
2. ¿Durante la emergencia sanitaria cómo vio afectadas las entregas?
3. ¿Durante la emergencia sanitaria, como trabajador del área de logística y delivery usted realizaba entrega a domicilio?
4. ¿El servicio de entrega a domicilio le permite captar un mayor número de clientes?
5. Durante el confinamiento ¿cuál fue el nivel de solicitudes de comida?
6. ¿Considera usted que sus consumidores o clientes se sintieron satisfechos recibiendo el servicio a domicilio?
7. En la emergencia sanitaria ¿Qué medios de transporte utilizaban para la entrega de los productos?

## Evidencia de entrevista a colaboradores de las compañías delivery



Figura 2. Aplicación de entrevista a colaborador de la empresa Rappi

Elaborado por: Elbert & Frydson (2021)



Figura 3. Aplicación de entrevista a colaborador de la empresa Pedidos Ya

Elaborado por: Elbert & Frydson (2021)



Figura 4. Aplicación de entrevista a colaborador de empresa Uber Eats  
Elaborado por: Elbert & Frydson (2021)



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE  
GUAYAQUIL**

**CARRERA DE ECONOMÍA**



**ENTREVISTA ESTRUCTURADA**

**Dirigida a: Sr. Ricardo López Hernández**

Trabajador de la Plataforma Digital Uber Eats que laboró en Pandemia

**Objetivo:** Indagar sobre los costos y servicios que ofertan las principales plataformas de delivery. Información que será relevante para el desarrollo del Proyecto de Investigación: Análisis de los costos y servicios que prestan las principales plataformas delivery en la zona de planificación 8 de Ecuador, en tiempos de pandemia.

Fecha de aplicación: 29 y 30 de noviembre 2021

Nombre del aplicador. Elbert Huayamave Jahir Anthony

Frydson Román Ricardo Alberto

- 
- **En la emergencia sanitaria ¿Qué medios de transporte utilizaban para la entrega de los productos?**

Su medio de transporte en la emergencia sanitaria fue la motocicleta, ya que ese medio tuvo facilidades de movilización en la emergencia sanitaria, al realizar la entrevista no fue específico en cuanto al valor del servicio por tanto no se puede tener una clara medida del costo

Cuadro. Costos de las plataformas digitales más importantes en la zona 8 de Ecuador

Plataforma Delivery	Costos por Kilometraje	Gasto por kilometraje	Ganancia por kilometraje
	25% por carrera o destino	Depende del medio de movilización utilizado	75% del total de la carrera



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE  
GUAYAQUIL**

**CARRERA DE ECONOMÍA**



**ENTREVISTA ESTRUCTURADA**

**Dirigida a: Sr. Carlos Mora Seavichay**

Trabajador de la Plataforma Digital Rapid que laboró en Pandemia

**Objetivo:** Indagar sobre los costos y servicios que ofertan las principales plataformas de delivery. Información que será relevante para el desarrollo del Proyecto de Investigación: Análisis de los costos y servicios que prestan las principales plataformas delivery en la zona de planificación 8 de Ecuador, en tiempos de pandemia.

Fecha de aplicación: 29 y 30 de noviembre 2021

Nombre del aplicador. Elbert Huayamave Jahir Anthony

Frydson Román Ricardo Alberto

---

**1. En la emergencia sanitaria ¿Qué medios de transporte utilizaban para la entrega de los productos?**

Su medio de movilización fue la moto, luego mediante el desarrollo de la entrevista nos comenta, que hay una ganancia significativa por el costo de la entrega, pero aquí hay que restarle el porcentaje de lo que la plataforma solicita por la utilización de la misma

Costos: 1.30 entrega mínima, supermercados 2.40 mínima entrega

Cuadro. Costos de las plataformas digitales más importantes en la zona 8 de Ecuador

Plataforma Delivery	Costos por Kilometraje	Gasto por kilometraje	Ganancia por kilometraje
	1.30 X 5km 2.40 supermercados	Depende del medio de movilización utilizado	0.98 1.84



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE  
GUAYAQUIL**

**CARRERA DE ECONOMÍA**



**ENTREVISTA ESTRUCTURADA**

**Dirigida a: Sr. Jorge Vera Loor**

Trabajador de la Plataforma Digital Pedidos Ya que laboró en Pandemia

**Objetivo:** Indagar sobre los costos y servicios que ofertan las principales plataformas de delivery. Información que será relevante para el desarrollo del Proyecto de Investigación: Análisis de los costos y servicios que prestan las principales plataformas delivery en la zona de planificación 8 de Ecuador, en tiempos de pandemia.

Fecha de aplicación: 29 y 30 de noviembre 2021

Nombre del aplicador. Elbert Huayamave Jahir Anthony

Frydson Román Ricardo Alberto

---

**En la emergencia sanitaria ¿Qué medios de transporte utilizaban para la entrega de los productos?**

La motocicleta es el medio más usado ya se por su capacidad, rapidez, desplazamiento en las calles, que es considerado el más idóneo

Costos:  $0.45 \times \text{km}$

Cuadro. Costos de las plataformas digitales más importantes en la zona 8 de Ecuador

Plataforma Delivery	Costos por Kilometraje	Gasto por kilometraje	Ganancia por kilometraje
	$0.45 \times \text{km}, c$	0..10	0.35