"Análisis de brechas en materia de prevención y seguridad del servicio entregado por las empresas de delivery en Chile"

Abril, 2022.

Calidad y Seguridad de Productos

CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN 4
2. REALIDAD DEL MERCADO DE LAS EMPRESAS ASOCIADAS A DELIVERY 5
2.1. ECONOMÍA DE LAS PLATAFORMAS 8
3. DESCRIPCIÓN DEL PROPÓSITO DEL ESTUDIO 9
4. BRECHAS O FALENCIAS DETECTADAS 9
5. OBJETIVOS 10
5.1. OBJETIVO GENERAL 10
5.1.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS 10
6. METODOLOGÍA 11
6.1. TIPO DE ESTUDIO 11
7. CONTEXTO Y MARCO DE REFERENCIA 11
7.1. MARCO DE REFERENCIA NORMATIVO NACIONAL 12
7.2. MARCO DE REFERENCIA NORMATIVO INTERNACIONAL 14
8. UNIVERSO 14
9. MUESTREO 14
10. MUESTRA 16
11. INFORMACIÓN SOLICITADA A LAS EMPRESAS DE LA MUESTRA 18
11.1. RESPUESTA OFICIOS EMPRESAS: 19
12. RESULTADOS 22
12.1. RECLAMOS SERNAC 22
13. ANÁLISIS DE LAS RESPUESTAS DE LAS EMPRESAS 30
13.1. ANÁLISIS GENERAL DE LAS RESPUESTAS ENTREGADAS POR LAS EMPRESAS 30
13.2 ANÁLISIS GRÁFICO DEL COMPORTAMIENTO DE CADA EMPRESA EN LAS DIMENSIONES ESTUDIADAS 34
14. COMPORTAMIENTO IDEAL DE LA INDUSTRIA 37
14.1. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LAS RESPUESTAS DE LAS EMPRESAS: 46
14.2 CUADRO RESUMEN CUALITATIVO DE RESPUESTAS POR EMPRESA 51

15. ANÁLISIS CUANTITATIVO EN BASE A LAS RESPUESTAS Y ESCENARIO IDEAL PROPUESTO. 54

16. HALLAZGOS 58

17. CONCLUSIONES 62

18. RECOMENDACIONES GENERALES HACIA LOS CONSUMIDORES Y EMPRESAS 63

19. ANEXOS 67

1. INTRODUCCIÓN

Hasta hace algún tiempo, pedir comida preparada a domicilio era algo muy distante para los chilenos, por lo que, no fue hasta el año 2016 donde esta modalidad de compra comenzó a tener un mayor auge. Según Adimark, para ese año un 44% de los santiaguinos afirmaba utilizar el delivery como medio de compra, principalmente para pedir comida[1]. Sin embargo, debido a la pandemia causada por el coronavirus (CoVid-19) este rubro vivió su boom en 2020, año donde alcanzó un crecimiento de 69,7% respecto al año anterior, posicionando a Chile como el país con mayor penetración de mercado para la comida delivery en Latinoamérica[2].

A causa de la actual situación sanitaria, desde marzo de 2020, las autoridades han decretado una gran cantidad de restricciones de movilidad para los ciudadanos, lo que favoreció en gran medida la modalidad de delivery para adquirir alimentos. Sin embargo, ante el incremento en las ventas de este tipo de servicio, la autoridad debió prestar atención y establecer medidas que las empresas debían seguir con el fin de proteger a los consumidores frente a posibles contagios a través del servicio.

Para alcanzar estándares sanitarios deseados en el funcionamiento de toda la cadena de producción y consumo, el Ministerio de Salud dispone de una política alimentaria[3] cuyo objetivo es la protección y el fomento de la salud de los consumidores considerando, la participación activa de la industria y los consumidores en la ejecución de las acciones tendientes a alcanzar el objetivo de alimentos inocuos y seguros, evitando riesgos, crónicos o agudos, que pueden hacer que los alimentos sean nocivos para la salud del consumidor.

Su directriz general es eliminar o controlar elementos y/o agentes presentes en los alimentos que representen riesgo para la salud de los consumidores y/o que puedan incidir de manera gravitante en el perfil de morbi-mortalidad según los hábitos de consumo de la población[4].

Para establecer lineamientos claros en torno a la higiene e inocuidad en la cadena de suministros de alimentos, la Cámara de Comercio de Santiago, estableció un "protocolo de seguridad e higiene para la distribución de productos comercializados a

[1] Página web, visitada el 23.04.2021. Link directo: https://www.latercera.com/tendencias/noticia/boom-del-delivery/376891/. El boom del delivery.
[2] Página web, visitada 22.04.2021. Link directo: https://www.revistalogistec.com/ecommerce-2/2449-como-se-mueve-en-chile-la-industria-del-delivery. Como se mueve en Chile la industria.
[3] Página web, visitada 22.04.2021. Link directo: https://www.minsal.cl/sites/default/files/files/Pol%C3%ADtica%20Nacional%20%20de%20Inocuidad%20de%20los%20Alimentos.pdf, Política Nacional de Inocuidad Alimentaria.
[4] Página web, visitada el 23.04.2021. Link directo: https://www.minsal.cl/inocuidad-de-alimentos/, Inocuidad de Alimentos.

través de e-commerce bajo la contingencia del coronavirus[5]", junto con una "Guía de buenas prácticas para entregas por delivery"[6]. Este protocolo y guía, en su primera parte, entrega medidas de carácter general para los centros de distribución y de última milla. Se establecen los pasos a seguir al momento de tomar el pedido, se realizan recomendaciones en torno a los procesos de higienización que se deben aplicar en las zonas de preparación, así como los cuidados que deben seguir los encargados de la elaboración. Por último, se entregan medidas apropiadas para los repartidores, tanto de recolección del producto, como de entrega al consumidor final.

Sin embargo, debido a lo rápido que ha crecido esta modalidad, las empresas no siempre cumplen con las recomendaciones y cuidados que decreta la autoridad en torno a la seguridad frente al Covid-19, por lo que resulta muy importante contar con una fiscalización adecuada para resguardar a los consumidores.

Por lo anterior, es fundamental que las empresas aseguren la inocuidad de los productos desde su elaboración, hasta la recepción final por parte del consumidor. En este sentido entonces, resulta crucial conocer qué medidas han sido adoptadas tanto por las empresas que participan en la primera etapa de la cadena, como por las empresas que prestan el servicio de transporte de alimentos.

2. REALIDAD DEL MERCADO DE LAS EMPRESAS ASOCIADAS A DELIVERY

Dentro de los principales participantes de este segmento de mercado se encuentran empresas denominadas de "última milla", las cuales corresponden principalmente a Rappi, UberEats, PedidosYa y Cornershop, las que sumadas alcanzan el 82,8% aproximado de participación de mercado[7]. Estas empresas se dedican principalmente a despachar pedidos a través del formato delivery, recogiendo comida preparada de un local y llevándola al consumidor final. Se debe considerar además que debido al auge de este formato algunos comercios están desarrollando su propio sistema de reparto, ligado a una aplicación, para así no externalizar los despachos, como lo realizan Papa John 's o McDonald's[8].

---

[5] Página web, visitada 23.04.2021. Link directo: https://www.ecommerceccs.cl/wp-content/uploads/2020/04/protocolo_seguridad_ecommerce2020.pdf

[6] Página web, visitada el 21.04.2021. Link directo: https://www.ecommerceccs.cl/wp-content/uploads/2020/07/Covid-19-Gu%C3%ADa-Buenas-Prácticas-delivery-comidas.pdf. Guía de buenas prácticas para entregas por delivery.

[7] Página web, visitada 06.05.2021. Link directo: https://www.df.cl/noticias/empresas/industria/pedidosya-consolida-su-primer-lugar-entre-las-aplicaciones-de-ultima/2020-12-10/192555.html. ¡Pedidos Ya! consolida el primer lugar entre aplicaciones de última milla.

[8] Página web, visitada el 21.04.2021. Link directo: https://elceo.com/negocios/papa-johns-contrata-a-

Además de las señaladas plataformas, los supermercados, principalmente Jumbo, Líder y Tottus, debieron incursionar en esta modalidad de venta.

Respecto a las empresas con mayor participación de mercado, éstas otorgan su servicio a supermercados, pequeñas tiendas de productos varios, locales de comida y restaurantes.

PedidosYa es considerada la pionera en ofrecer servicios de despacho de comida a domicilio[9]. Específicamente en Chile, cuenta con más de seis mil comercios adheridos a su plataforma, más de doscientos empleados y dos mil repartidores que prestan los servicios de delivery. Por otro lado, Rappi también presta su servicio a supermercados como Líder, Unimarc, Tottus y Erbi. De la misma forma, Cornershop participa en la cadena de repartos de cientos de pequeños, medianos y grandes tiendas comerciales de distintos rubros, como supermercados, librerías, vestuario, farmacias, entre otros.

La cobertura de las principales plataformas de delivery en las ciudades del país[10] es el siguiente:

Tabla 1. Cobertura de las principales plataformas de delivery en Chile.

Ciudad	Rappi	Cornershop	Pedidos Ya	Lider.cl	Jumbo	Tottus
Arica			✓	✓		
Iquique	✓		✓		✓	
Antofagasta	✓		✓	✓	✓	✓
Calama			✓		✓	✓
Copiapó			✓		✓	
La Serena	✓	✓	✓		✓	✓
Coquimbo		✓	✓		✓	✓
Concón	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Quilpué			✓	✓	✓	✓
Villa Alemana			✓	✓	✓	✓
Viña del Mar	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Valparaíso	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Santiago	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Rancagua	✓	✓	✓	✓	✓	
Curicó			✓		✓	
Talca			✓		✓	

veterano-de-mcdonalds-para-dirigir-remodelacion/.

[9] Página web, visitada 06.05.2021. Link directo: https://www.revistalogistec.com/ecommerce-2/2449-como-se-mueve-en-chile-la-industria-del-delivery, Cómo se mueve en chile la industria del delivery.

[10] Página web, visitada 06.05.2021. Link directo: https://chocale.cl/2021/03/delivery-de-supermercados-cual-es-la-cobertura-de-cada-uno/

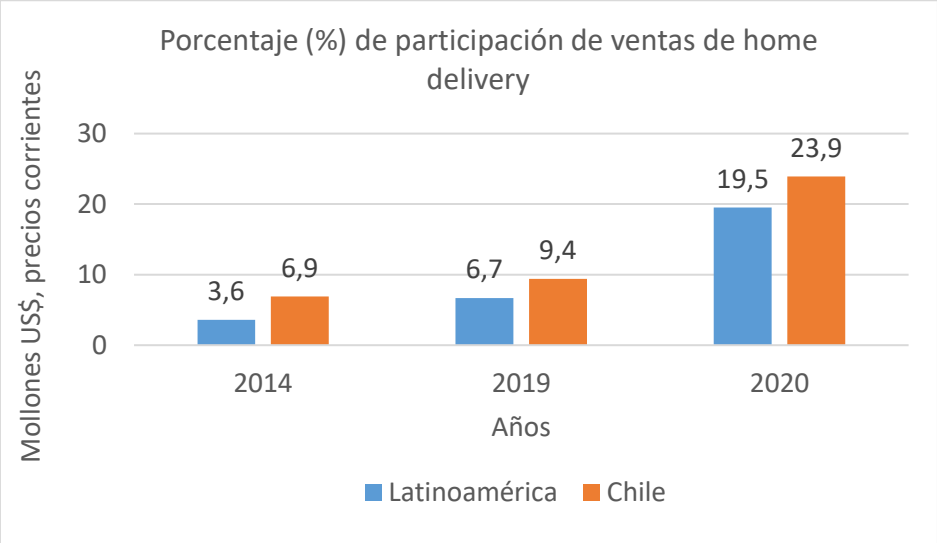
Chillán			✓		✓	
Concepción	✓	✓	✓	✓	✓	✓
San Pedro de la Paz				✓	✓	✓
Talcahuano				✓	✓	✓
Temuco	✓		✓	✓	✓	
Valdivia			✓		✓	
Osorno			✓	✓		
Puerto Montt			✓	✓		
Coyhaique						
Punta Arenas			✓			

Fuente: chocale.cl, Tabla de cobertura de delivery en supermercados. La información de cobertura de Líder, Jumbo, Cornershop y Tottus está publicada en sus respectivos sitios web, al 24 de marzo de 2021. La cobertura de PedidosYa fue contrastada respecto de las ciudades que ofrecían la categoría Mercado con algún negocio de supermercado o minimarket. La cobertura de Rappi fue proporcionada por la misma empresa.

Por otra parte, las ventas asociadas a las plataformas de delivery en el país durante el año 2020 fueron de US$820 millones. Es decir, un alza de 69,7% respecto a 2019. Esto significó un importante aumento en participación, pasando a representar este canal un 9,4% de las ventas de la industria de restaurantes en 2019, a 23,9% en 2020[11].

[11] Página web, visitada 06.05.2021. Link directo: https://www.latercera.com/pulso/noticia/el-impacto-que-tuvo-la-pandemia-en-las-ventas-de-delivery-de-locales-de-comida-en-2020/JWJH4NSXLVGAFEGPRLK6JUX3IU/

Gráfico 1. Porcentaje (%) de participación de las ventas de home delivery.



Fuente: Diario la tercera (2020), de acuerdo con estimaciones de Euromonitor **¡Error! Marcador no definido.**

Pese a las proyecciones positivas de crecimiento, la penetración lograda en el mercado chileno y la llegada de nuevas plataformas existe una marcada falencia en aspectos regulatorios sobre la industria. Las principales críticas van dirigidas a la precarización del empleo, la falta de fiscalización sobre aspectos sanitarios y la baja cantidad de información disponible para el estudio de este mercado.

2.1. ECONOMÍA DE LAS PLATAFORMAS

Dentro de la economía de plataformas, se definen las aplicaciones de delivery como aplicaciones que son capaces de intermediar entre la empresa y el consumidor, para ofrecer el servicio de retiro y reparto del producto al lugar en donde este último se encuentra[12]. De esta forma, es posible señalar que, el principal valor del negocio de estas plataformas está en la de ahorrar el costo de oportunidad que supone al consumidor realizar la compra del producto de forma presencial.

[12] Página web, visitada 08.05.2021. Link directo: https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/45822/TFG-E-1012.pdf?sequence=1&isAllowed=y, Economía de las plataformas: delivery.

Si bien el negocio de las plataformas de delivery existe hace más de cinco años en nuestro país, debido a la pandemia del Covid-19 y las medidas sanitarias tomadas por el Gobierno a partir del año 2020 como las cuarentenas, el uso de este tipo de plataformas se ha vuelto un aspecto importante en los patrones de consumo de las personas, forzando, en consecuencia, a que las aplicaciones de delivery amplíen su catálogo de productos ofertados, así como que ajusten su modelo de negocio acorde a las nuevas necesidades de los consumidores consumidoras.

Es así, por ejemplo, que aplicaciones investigadas anteriormente por el SERNAC como Rappi, Pedidos ya, UberEats y Cornershop (empresas reconocidas por tener las mayores cuotas de mercado), que en un inicio ofrecían la posibilidad de entregar comida de restaurantes al hogar de los consumidores, han ampliado su catálogo de servicios para la compra de productos de diversa categoría en distintos comercios asociados, albergando también lo que es el comercio de abarrotes, medicamentos, ropa, entre otros. De la misma forma, es posible observar la entrada a la competencia de nuevas aplicaciones de delivery, entre las cuales se encuentran plataformas integradas verticalmente con las empresas vendedoras de productos.

Así, en un sentido amplio, las plataformas de delivery funcionan como un Marketplace de productos, bajo la figura de la "entrega inmediata". No obstante, si bien se tienen plataformas que son intermediaras entre el comercio y el consumidor, también se tienen plataformas que contactan directamente con la empresa deseada para la realización de la labor de despacho inmediato del producto deseado.

3. DESCRIPCIÓN DEL PROPÓSITO DEL ESTUDIO

Identificar las condiciones actuales en materia de calidad y seguridad sanitaria, con respecto al servicio de delivery en el mercado nacional, considerando las exigencias particulares derivadas de la pandemia, como: la sanitización y manipulación de los productos, la correcta higiene y seguridad de las personas involucradas durante todo el proceso, a fin de resguardar, proteger e informar al consumidor, a fin de develar posibles acciones de mejora en los procesos, de cara a los consumidores.

4. BRECHAS O FALENCIAS DETECTADAS

Con el objetivo de orientar a los consumidores/as, se busca determinar las falencias o brechas sanitarias de las empresas que ofrecen sus servicios de delivery en el mercado nacional, en referencia al ámbito de calidad y seguridad del servicio entregado, el cual, pudiese derivar en:

Calidad y Seguridad de Productos

- Diferencias en las medidas sanitarias que realiza cada empresa para asegurar la protección de los repartidores, en lo que respecta a su personal.
- Diferencias entre las medidas sanitarias referidas al transporte del producto, tanto en el proceso de recolección de alimentos como de entrega al cliente final.
- Diferencias en la recepción de denuncias, posteriores al servicio. Entre otros.
- Insatisfacción por parte de los consumidores en relación al servicio prestado.
- Ser una fuente potencial de contagios, de peligros alimentarios (biológicos/enfermedades, químicos/pesticidas y físicos/trozos de metal)

5. OBJETIVOS

5.1. OBJETIVO GENERAL

Evaluar el desempeño de estas empresas y plataformas de cara a la protección e información a los consumidores con respecto a las medidas preventivas adoptadas por cada una de ellas, con una perspectiva de la seguridad de los productos y servicios entregados, así como también el cumplimiento de las normas sanitarias aplicables.

5.1.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar de forma clara las normas y obligaciones que deben cumplir las empresas que tengan como medio de entrega el delivery.
- Analizar que los protocolos sanitarios establecidos por los entes fiscalizadores se cumplan durante todo el proceso, desde la elaboración, despacho y entrega del producto.
- Determinar los posibles riesgos y perjuicios que pudiesen existir para los consumidores durante el uso de esta modalidad de compra.
- Analizar los reclamos asociados a este tipo de mercados.
- Rescatar y/o promover las buenas prácticas por parte de las empresas asociadas a este mercado

6. METODOLOGÍA

6.1. TIPO DE ESTUDIO

Este estudio tiene un enfoque mixto, en el cual, se realizó un análisis cualitativo y cuantitativo de la información asociada al ámbito de calidad y seguridad del servicio entregado por las empresas de delivery, en **relación a un escenario ideal** de medidas adoptadas por las empresas oficiadas, relacionada con el marco normativo que rige los protocolos de la autoridad y la información entregada por cada una de las empresas oficiadas.

También, se analizó cuantitativamente la cantidad de reclamos asociada a las empresas de delivery del universo/muestra, el total de reclamos por empresa (%), el porcentaje de reclamos por nivel de respuesta (Proveedor: Acoge, No Acoge, No Responde), total de reclamos por motivo legal, total de reclamos por categoría de productos, por comuna de residencia de los consumidores, por duración de cierre, por sexo y por tipo de respuesta de cada una de las empresas. Todo esto con el fin de buscar inconformidades de cada servicio y encontrar tendencias que pudiesen evidenciar irregularidades que vayan en perjuicio de los consumidores.

7. CONTEXTO Y MARCO DE REFERENCIA

Desde marzo del año 2020 y con ocasión de la pandemia del Covid 19, se han dictado normas, decretos, resoluciones jurídicas destinadas a manejar la pandemia creada por la Covid 19, las cuales, guardan relación con la seguridad y calidad en el servicio entregado por las empresas de delivery. Además, se han publicado protocolos de seguridad y guías voluntarias, con el fin de que las empresas, realicen planes preventivos a fin de que el virus no se propague.

Por otro lado, y como ya se mencionaba anteriormente, las empresas de delivery han ido diversificando la oferta de productos y servicios, incluyendo el despacho de nuevos tipos y formatos de alimentos, ropa, electrónica, productos de higiene, ciertos medicamentos o dispositivos médicos, e incluso, la posibilidad de realizar despachos entre consumidores distintos de un punto a otro, y no sólo desde una empresa a un consumidor final. Por ello, a pesar de no existir un marco normativo específico, directamente enfocado a plataformas de delivery, existen diversos documentos asociados al buen desempeño de estos servicios.

7.1. MARCO DE REFERENCIA NORMATIVO NACIONAL

Tabla 2. Marco de Referencia Normativo Nacional.

Constitución Política de la República		
Constitución Política de la República, Capítulo III, "De los Derechos y Deberes Constitucionales" **Artículo 19n°1 y 19n°9**	"El derecho a la vida y a la integridad física y psíquica de la persona" y "El derecho a la protección de la salud	"El Estado protege el libre e igualitario acceso a las acciones de promoción, protección y recuperación de la salud y de rehabilitación del individuo. Le corresponderá, asimismo, la coordinación y control de las acciones relacionadas con la salud".
DFL 725 "Código Sanitario"		
Decreto	**Nombre**	**Descripción**
DFL 725 "Código Sanitario" Capítulo I, "Disposiciones Generales" **Artículo 2° y 3°.**	"Materias que rige", "Relativo a los Reglamentos" y "Entidades e Instituciones relacionadas".	El Código Sanitario rige todas las cuestiones relacionadas con el fomento, protección y recuperación de la salud de los habitantes de la República, salvo aquellas sometidas a otras leyes.
Ministerio de Salud (MINSAL)		
Decreto	**Nombre**	**Descripción**
Decreto 4 "Decreta Alerta Sanitaria por el Periodo que se señala y otorga Facultades Extraordinarias que indica por Emergencia de Salud Pública de Importancia Internacional (ESPII) por brote del nuevo Coronavirus". **Artículo 1°**	"Declárese Alerta Sanitaria"	Decreto N°4 08-feb-2020, "Decreta alerta sanitaria por el período que se señala y otorga facultades extraordinarias que indica por emergencia de salud pública de importancia internacional (ESPII) por brote del nuevo coronavirus (2019-ncov)" Ministerio de Salud - Subsecretaría de Salud Pública.
Decreto Supremo 9 (MINSAL) "Establece Coordinación de Emergencia de Salud Pública de Importancia Internacional que indica y designa ministro Coordinador" **Artículo 1° y 2°**	"Para los efectos de la Coordinación" y "Designación ministro Coordinador"	- Créase un Comité Interministerial, que estará integrado por los ministros de Salud, Educación y del Trabajo y Previsión Social. - Designase como ministro Coordinador de las tareas que, en el ámbito de la emergencia de salud pública de importancia internacional por brote del nuevo coronavirus denominado Covid-19.
Decreto 466 Artículo 8° inc. final	"Las Farmacias podrán"	Las farmacias podrán expender medicamentos a través de medios electrónicos. Para estos efectos, deberán cumplir con las disposiciones del Título VI bis y demás que les sean aplicables de este reglamento.
Resolución	**Nombre**	**Descripción**
Resolución Exenta No 591	Dispuso el plan "Paso a Paso"	Se estableció diversas medidas sanitarias según la situación epidemiológica del país
Resolución Exenta No 644	ESTABLECE TERCER PLAN "PASO	- Uso de mascarillas

	A PASO", de las medidas sanitarias generales	- Medidas de distanciamiento físico - Medidas de limpieza y desinfección - Información al público, entre otras.
Resolución N°43 exenta	"Dispone medidas sanitarias que indica por brote de covid-19 y establece nuevo plan "paso a paso"	Del Pase de Movilidad, Requisitos: a) Haber completado el esquema de vacunación contra SARS-CoV-2 en Chile hace al menos 14 días, y b) No estar afecto a la medida de cuarentena o aislamiento c) No haber sido sancionado en virtud del libro X del Código Sanitario por infracción a las disposiciones señaladas en el literal anterior.
Resolución Exenta No 33 Protocolo de Vigilancia Covid-19 en centros de trabajo	Para ser aplicado por organismos administradores del seguro de la ley 16.744 y las empresas con administración delegada	Contribuir al control de la pandemia Covid-19, a través de vigilancia ambiental y de salud de los trabajadores, coparticipando empleadores y organismos administradores
Delivery (Protocolos y Guías disponibles para uso voluntarios de parte de las empresas)		
Protocolo	**Nombre**	**Descripción**
Procedimiento de **Búsqueda Activa de Casos (BAC)**	Estrategia Nacional de Testeo, trazabilidad y aislamiento	Este procedimiento se emplea a las empresas que realicen testeos con recursos propios
Protocolo de manejo y prevención ante covid-19 Gobierno de Chile, Plan Paso a Paso	Protocolo de manejo y prevención ante covid-19 **para prestadores de servicios en empresas de correos y despacho a domicilio**	Establecer las medidas preventivas a realizar por prestadores de servicios en empresas de correo y despacho a domicilio.
Protocolo de manejo y prevención ante covid-19 Gobierno de Chile, Plan Paso a Paso	protocolo de manejo y prevención ante covid-19 **para establecimientos de comercio de bienes y servicios**	Establecer medidas preventivas a realizar en establecimientos de comercio de bienes y servicios, con el objeto de disminuir el contagio por Covid-19
Protocolo de manejo y prevención ante covid-19 Gobierno de Chile, Plan Paso a Paso	Protocolo de manejo y prevención ante Covid-10 **en centros de distribución, bodegas, tiendas y otros lugares que cumplan funciones de almacenaje de bienes**	Establecer medidas preventivas a realizar en lugares que cumplan funciones de almacenajes de bienes para custodia, conservación, funciones necesarias para compras con despacho y bajo modalidad de pago y retiro, entre otras.
Protocolo de manejo y prevención ante covid-19 en supermercados Gobierno de Chile, Plan Paso a Paso	Protocolo de Manejo y Prevención ante Covid-19 **en Supermercados**	Establece las medidas de preventivas a realizar en supermercados para disminuir el riesgo de contagios
Otros (Protocolos y Guías importantes)		
Protocolo	**Nombre**	**Enlace (Link)**
Cámara de Comercio de Santiago A.G.	Protocolo de Seguridad e Higiene para la Distribución de Productos Comercializados a través de E-Commerce bajo la contingencia de Coronavirus	Esta guía cubre las actividades críticas en las etapas de toma de pedidos, preparación y venta de comidas, retiro por parte de los repartidores y entrega al cliente final

7.2. MARCO DE REFERENCIA NORMATIVO INTERNACIONAL

Tabla 3. Marco referencia normativo Internacional

Entidad	Reglamento
Organización Mundial de la Salud (OMS) Reglamento Sanitario Internacional (2005)	Es un marco normativo, de alcance internacional, establecido para abordar Emergencias de Salud Pública de Importancia Internacional (ESPII). Por ser una Iniciativa multilateral, establece un sistema de vigilancia mundial de eventos, que podrían impactar la salud de la población. En Chile es un compromiso de Estado, formalizado a través del Decreto 230 del 23 de diciembre del año 2008. Se destaca por ser un instrumento para la Seguridad Sanitaria Internacional y su última revisión (año 2005)

8. UNIVERSO

El universo del estudio la componen las empresas del mercado de las plataformas de pedidos a domicilio, incluyendo a las utilizadas por los supermercados del país.

9. MUESTREO

El muestreo se entiende como el conjunto de operaciones encaminadas a determinar la selección de una muestra, para este caso el muestreo se construyó en base a tres fuentes de información:

Tabla 4. Descripción de las fuentes de información analizadas

Fuentes de Información	Descripción
Base de reclamos SERNAC (MAC)	Análisis y selección de reclamos realizados en SERNAC respecto a problemas relacionados con diversos motivos legales, principalmente ligados a reclamos asociados a empresas de delivery. El periodo analizado va desde julio del 2019 a junio del 2021.
Sondeo web:	Barrido de aplicaciones encontradas en la web. Se realizó un primer análisis e investigación de la taxonomía de las empresas, en el que se definieron su clasificación u ordenamiento; ***Especialización de servicios ofertados*** Dentro de esta categorización, es posible encontrar dos tipos de aplicaciones, según el ranking de e-commerce publicado por E-Commerce Institute y

	Netrica[13]: food delivery, entendidas estas como las empresas especializadas en el reparto de comida a domicilio, y aplicaciones de grocery, entendidas estas como plataformas que venden a los consumidores productos varios, como abarrotes, medicamentos y ropa entre otros. Es posible además señalar una tercera categoría, que son las aplicaciones que convergen en estas dos tipificaciones, entendidas como plataformas "mixtas" que ofrecen ambos servicios. ***Modelo de integración*** Esta clasificación obedece a las relaciones comerciales establecidas entre la plataforma y la empresa vendedora de los productos. En este caso, se pueden observar aplicaciones integradas horizontalmente, es decir, aplicaciones que poseen una relación con el comercio vendedor sin observar una relación de propiedad, convirtiéndose de esta forma en un intermediario, o actor de plataforma de dos lados, entre el consumidor y la empresa que vende el producto. Por otra parte, se tienen las aplicaciones integradas verticalmente con el proveedor, es decir que esta es de propiedad de la empresa que vende el producto al consumidor, pero que ofrece el servicio de delivery a este último con sus propias condiciones de servicio. ***Plataforma a través de la que opera*** Por último, se tienen las plataformas por las cuales opera. En este sentido las plataformas exploradas pueden ser del tipo multiplataforma (web, celular u otro dispositivo electrónico), aplicación de celular (IOS y Android o ambos) o aplicativo web.
Consulta a Empresas	Formulario de consultas a empresas asociadas al delivery nacional, derivado mediante oficios.

Fuente: Sernac 2021.

Los criterios de inclusión definidos fueron los siguientes:

- ***Plataformas con mayor tráfico en las web, especializadas en delivery[14].***
- ***Plataformas de reparto a domicilio que provengan de supermercados de consumo masivo con amplia penetración de mercado***

[13] Página web, visitada 06.05.2021. Link directo: https://ecommerce-institute-chile.rankings.netquest.digital/#/

[14] Página web, visitada 08.05.2021. Link directo: https://ecommerce-institute-chile.rankings.netquest.digital/#/ranking-subcategory

Calidad y Seguridad de Productos

10. MUESTRA

Teniendo en cuenta la clasificación indicada en el sondeo web, así como entendiendo la focalización a plataformas de delivery asociadas a alimentos, restaurantes y otros productos de consumo, como todo servicio de comercio electrónico que tiene como modelo de negocio el despacho de productos desde el productor hacia el consumidor, es posible señalar el siguiente listado configurado a partir de un barrido de aplicaciones encontradas en la web, así como en los portales de descarga de aplicaciones de las plataformas de Android y Apple, en base a listado de tráfico de *e-commerce* 2021[15]:

Tabla 5. Listado de aplicaciones seleccionadas en la muestra.

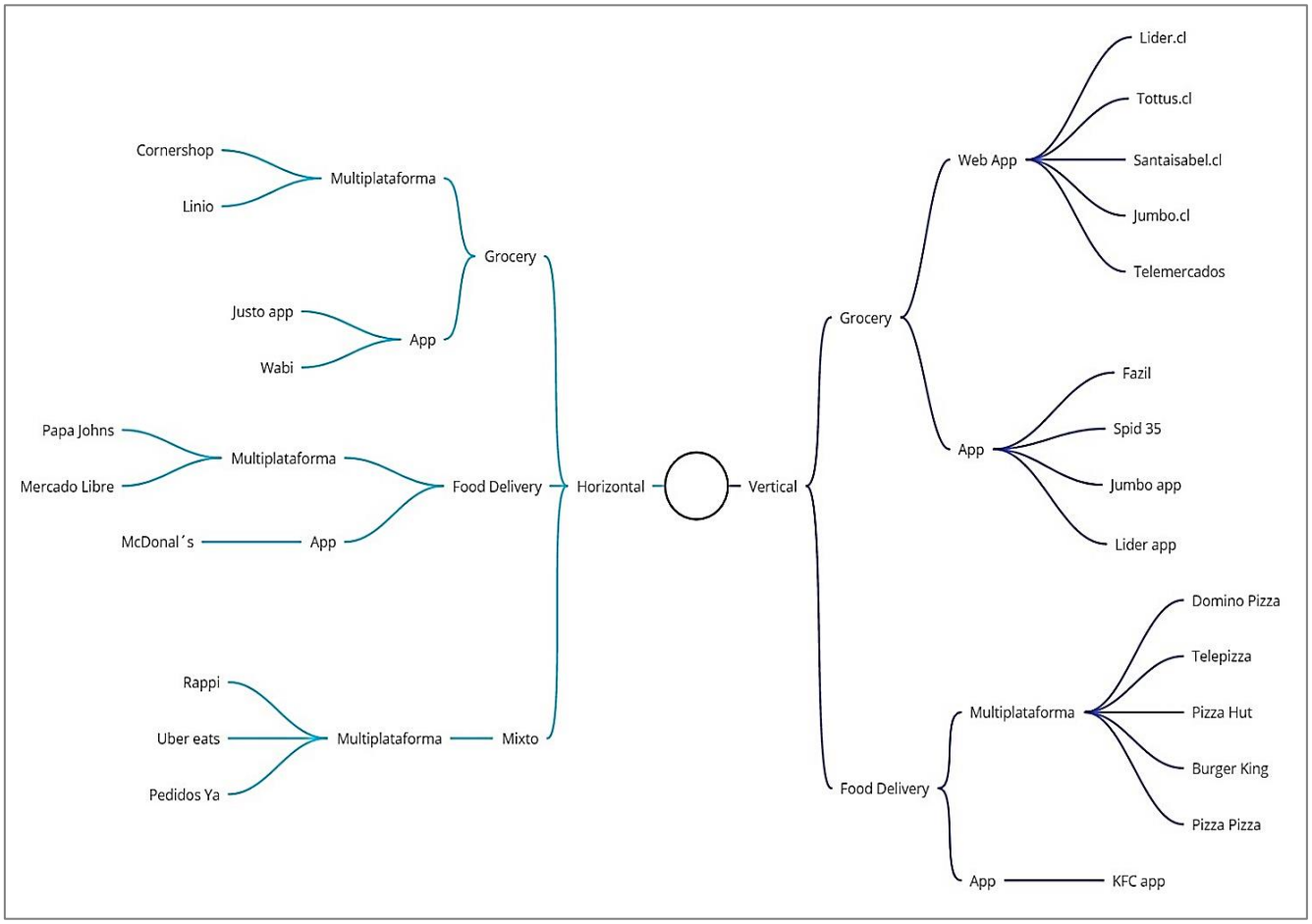
Nombre de la aplicación	Desarrollador	Servicio	Integración	Tipo
Papa Johns	Drake Food Services	Food Delivery	Horizontal	Multiplataforma
Pedidos Ya	Pedidos ya S.A.	Mixto	Horizontal	Multiplataforma
Uber Eats	Uber Technologies, Inc.	Mixto	Horizontal	Multiplataforma
Rappi	Rappi	Mixto	Horizontal	Multiplataforma
Telepizza	Tele Pizza S.A.U.	Food Delivery	Vertical	Multiplataforma
Domino Pizza	Domino's Pizza Chile	*Food Delivery*	Vertical	Multiplataforma
Pizza Hut	MIXOR S.A.	*Food Delivery*	Vertical	Multiplataforma
Pizza Pizza	Asesorías y Servicios Informáticos Idea Uno Ltda.	*Food Delivery*	Vertical	Multiplataforma
Burger King	CrazyCake Technologies	*Food Delivery*	Vertical	Multiplataforma
Cornershop	Cornershop Technologies Inc	*Grocery*	Horizontal	Multiplataforma
Fazil	Tottus	*Grocery*	Vertical	App
Jumbo app	Cencosud	*Grocery*	Vertical	App
Jumbo.cl	Cencosud	*Grocery*	Vertical	Web App
Justo app	Justo App	*Grocery*	Horizontal	App
KFC app	Luma Digital	*Food Delivery*	Vertical	App
Líder app	Walmart	*Grocery*	Vertical	App
Lider.cl	Walmart	*Grocery*	Vertical	Web App
Linio	Linio	*Grocery*	Horizontal	Multiplataforma

[15] Página web, visitada 06.05.2021. Link directo: https://ecommerce-institute-chile.rankings.netquest.digital/#/ranking-subcategory

McDonald's	Arcos Dorados Latin América	*Food Delivery*	Horizontal	App
Mercado Libre	Mercado Libre	*Grocery*	Horizontal	Multiplataforma
Santaisabel.cl	Cencosud	*Grocery*	Vertical	Web App
Spid 35	Cencosud	*Grocery*	Vertical	App
Telemercados	Telemercados	*Grocery*	Vertical	Web App
Tottus.cl	Tottus	*Grocery*	Vertical	Web App
*Servicio: ***Food Delivery*** (Entrega de comida); ***Grocery*** (Abarrotes); ***Mixto*** (Entrega de Comida y Abarrotes)				
*I**ntegración Vertical:*** la empresa realiza diferentes operaciones que podrían ser desempeñadas por otras empresas con el objetivo de disminuir costes o para obtener más beneficio procedente de esas otras ramas de actividad. La compañía expande su actividad más allá del núcleo duro de su negocio. ***Integración Horizontal:*** no se incorporan nuevas actividades al núcleo duro del negocio, sino que se crean nuevas empresas o se adquieren otras para hacer algo similar, pero llegando a más mercados.				
Multiplataforma: El cross-platform o software multiplataforma es un tipo de aplicación/programa/software que funciona en varios sistemas operativos o dispositivos, que a menudo se denominan plataformas. Una plataforma significa un sistema operativo como Windows, Mac OS, Android o iOS.				

De estas 24 aplicaciones, se conforman los siguientes grupos:

Figura 1. Modelo de servicio, integración y tipo de plataformas en las aplicaciones



11. INFORMACIÓN SOLICITADA A LAS EMPRESAS DE LA MUESTRA

El día 23 de junio del presente año, fueron enviados 17 oficios a empresas relacionadas con plataformas de delivery, en virtud de un aumento de reclamos durante la pandemia por COVID 19, en el contexto de las medidas dispuestas por la autoridad sanitaria y las restricciones de desplazamiento decretadas a partir del mes de marzo de 2020. En dichos oficios, se les solicitó información relacionada con;

- *La participación de mercado.*
- *Los términos y condiciones que regulan la relación entre la empresa y los consumidores.*
- *Los costos del servicio prestado.*
- *La forma de resolver reclamos.*
- *La publicidad del stock.*

En referencia al **ámbito de calidad y seguridad del servicio** entregado, se les solicitó información sobre:

- *el personal que manipula los productos.*
- *el personal que envasa productos.*
- *las medidas sanitarias que realiza para asegurar la protección de repartidores.*
- *las medidas sanitarias en relación a los establecimientos asociados.*
- *las medidas sanitarias referidas al transporte del producto.*
- *las medidas sanitarias de la correcta entrega del producto.*
- *la recepción de denuncias, posteriores al servicio.*

Tabla 6. Información solicitada a las empresas de delivery, ámbito calidad y seguridad de productos.

Ítems	Preguntas
Sobre el personal que manipula los productos:	1. ¿Se les realiza examen PCR? si/no
	2. ¿Con qué frecuencia se realiza el examen?
	3. Indique protocolos de seguridad utilizados al momento de entrar a la zona de manipulación de productos
	28. ¿Cuáles son los protocolos que se realizan con el personal y productos alimenticios de consumo inmediato si se encuentran casos positivos de COVID-19?
Sobre el personal que envasa productos (Solo si aplica)	4. ¿Se les realiza examen PCR? si/no
	5. ¿Con qué frecuencia se realiza el examen?
	6. Indique protocolos de seguridad para el envasado de productos
	7. ¿Cuáles son los protocolos que se realizan con el personal y productos alimenticios de consumo inmediato si se encuentran casos positivos de COVID-19?
Sobre las medidas sanitarias que realiza para asegurar la protección de repartidores	8. Indique el número de pruebas PCR, antígenos y/o serológicos llevadas a cabo para detectar casos de Covid-19 en los repartidores asociados al servicio. Indique la periodicidad, y los criterios para proceder en la realización de la prueba.
	9. Indique los elementos de protección individual que proporciona a repartidores, referente a cuidados sanitarios.
	10. Informe el protocolo para el desecho de los elementos de protección individual ya utilizados por el repartidor.

	11. Informe detalladamente el protocolo a seguir si se reporta un caso positivo de Covid-19 por parte de un repartidor o trabajador. Refiérase a trazabilidad, aislamiento, protección u otros.	
	12. Indique si se realiza verificación de documento para personal de delivery.	
Sobre las medidas sanitarias con relación a los establecimientos asociados (en caso de aplicar responda: SI/NO):	13. Si realiza controles de temperatura al ingreso del establecimiento	
	14. Si dispone de elementos para la sanitización de manos	
	15. Si proporciona mascarillas higiénicas a repartidores	
	16. Si proporciona mascarillas higiénicas a otros trabajadores	
	17. Si prefiere empaques de cierto material, indique cuáles	
	18. Si solicita medidas especiales para la preparación de alimentos. En caso de aplicar, informe detalladamente.	
	19. Informe sobre medidas de distancia social, refiérase a: aforos, distancia física, lugares de espera de repartidores.	
	20. Protocolo de recepción de insumos básicos (indique si realiza sanitización y en qué condiciones).	
	21. Indique si conoce protocolos de seguridad de los proveedores.	
Sobre las medidas sanitarias referidas al transporte del producto	22. Indique si realiza capacitaciones a los repartidores sobre medidas sanitarias para asegurar su protección y la de los consumidores. Informe detalladamente en qué consisten, por cuáles medios se realiza u otra información atingente.	
	23. Indique si presenta protocolos especiales para repartidores que se trasladen por medio del transporte público. Informe en caso de aplicar.	
	24. Indique medidas y protocolos para asegurar la inocuidad de los productos, y del servicio entregado. Refiérase a mantención la de temperatura en mochilas térmicas, sanitización y control sobre estas.	
Sobre las medidas sanitarias de la correcta entrega del producto	25. Indique el porcentaje de ventas realizadas según métodos de pago, ya sea: efectivo, tarjeta de crédito, tarjeta de débito u otros. Indique si es posible el pago electrónico de propinas.	
	26. Indique si posee una política de difusión de recomendaciones sanitarias para el consumidor, refiérase a: información desplegada en plataformas web o aplicaciones.	
Sobre la recepción de denuncias, posteriores al servicio	27. Informe detalladamente sobre los canales exclusivos para las denuncias de consumidores. Refiérase a:	a) Cantidad de denuncias, reclamos y/o recomendaciones recibidas.
		b) Indique número de denuncias, reclamos y/o recomendaciones referidas a medidas sanitarias, relacionadas al Covid-19
		c) Cantidad de denuncias que se han solucionado y/o están en proceso de serlo
		d) Incluya información relevante para el diagnóstico de problemáticas

Fuente: Sernac 2021, información ámbito calidad y seguridad de productos, oficios enviados a empresas de delivery.

11.1. RESPUESTA OFICIOS EMPRESAS:

De las 17 empresas oficiadas, 9 enviaron respuestas, de las cuales 4 remitieron todos los antecedentes solicitados y 5 entregaron información parcial.

Calidad y Seguridad de Productos

De estas últimas 5, a tres se les envió oficio de refuerzo (Cencosud, Linio y Getjusto). En el caso de Linio no se recibe respuesta y en el caso de Cencosud y Getjusto declinaron entregar toda la información argumentando información confidencial y falta de atribuciones por parte de SERNAC.

Tabla 7. Estado de respuestas a oficios enviados a plataformas de Delivery.

PROVEEDOR MAC	RAZÓN SOCIAL	RUT	N° OFICIO	FECHA DE ENVÍO	ESTADO DE RESPUESTA	REVISIÓN DE RESPUESTA	OBSERVACIONES A RESPUESTA
CORNERSHOP	DELIVERY TECHNOLOGIES SPA	76403058-3	3241	23-06-2021	Recibe Respuesta	Envía todos los antecedentes	Se envía toda información solicitada
RAPPI CHILE SPA	RAPPI CHILE SPA	76837223-3	3258	23-06-2021	Recibe Respuesta	Envía todos los antecedentes	Se envía toda información solicitada
TELEMERCADOS	TELEMERCADOS EUROPA S A	87711200-4	3253	23-06-2021	Recibe Respuesta	Envía todos los antecedentes	Se envía toda información solicitada
UBER EATS	UBER PORTIER CHILE SPA	77209443-4	3253	23-06-2021	Recibe Respuesta	Envía todos los antecedentes	Se envía toda información solicitada
SUPERMERCADOS SANTA ISABEL - JUMBO (JUMBO.CL VENTAS INTERNET) **CENCOSUD S. A**	CENCOSUD RETAIL S.A.	84671700-5	3240	23-06-2021	Recibe Respuesta	Envío Parcial de antecedentes	Se hace mención a la naturaleza reservada de la información solicitada, aludiendo a que Sernac no posee atribuciones para el requerimiento de información que no sea Información básica comercial.
GETJUSTO	getjusto	111111-4	3244	23-06-2021	Recibe Respuesta	Envío Parcial de antecedentes	Se omite la entrega de información de algunas preguntas, alegando que es información confidencial y estratégica
HIPERMERCADOS TOTTUS - TOTTUS.CL (INTERNET)	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A.	78627210-6	3252	23-06-2021	Recibe Respuesta	Envío Parcial de antecedentes	Se hace mención a la naturaleza reservada de la información solicitada, aludiendo a que Sernac no posee atribuciones para el requerimiento de información que no sea Información básica comercial.
FALABELLA.COM SPA	LINIO - ECOMMERCE	76212492-0	3245	23-06-2021	Recibe Respuesta	Envío Parcial de antecedentes	Se hace mención a la naturaleza reservada de la información solicitada, aludiendo a que Sernac no posee atribuciones para el requerimiento de información que no sea Información básica comercial.

MERCADO LIBRE-PORTALINMOBILIARIO.COM	MERCADOLIBRE CHILE LIMITADA	77398220-1	3247	23-06-2021	Recibe Respuesta	Envío Parcial de antecedentes	
MCDONALDS CHILE	ARCOS DORADOS RESTAURANTES DE CHILE LIMITADA	96620260-2	3238	23-06-2021	No responde	N/A	N/A
DOMINOS PIZZA	COMERCIALIZADORA BETTER FOOD CHILE SPA	76283867-2	3243	23-06-2021	No responde	N/A	N/A
BURGER KING	FAST FOOD CHILE S.A.	76414061-3	3242	23-06-2021	No responde	N/A	N/A
KENTUCKY FOODS CHILE LTDA.	KENTUCKY FRIED CHICKEN - KFC	79682100-0	3246	23-06-2021	No responde	N/A	N/A
LIDER.CL	LIDER DOMICILIO VENTAS Y DISTRIBUCION LIMITADA	78968610-6	3254	23-06-2021	No responde	N/A	N/A
PEDIDOSYA	PEDIDOSYA CHILE SPA	76211425-9	3249	23-06-2021	No responde	N/A	N/A
PizzaPizza	PizzaPizza	76228637-8	3239	23-06-2021	No responde	N/A	N/A
PAPA JOHNS CHILE - VENTAS INTERNET	PJ CHILE SPA	76152699-5	no se encuentra	23-06-2021	No responde	N/A	N/A
TELEPIZZA CHILE S.A.	TELEPIZZA CHILE - PIZZA HUT	96639920-1	3248	23-06-2021	No responde	N/A	N/A

Dado lo descrito en la tabla precedente, el análisis cualitativo y cuantitativo se desarrollará con las empresas que sí respondieron al oficio: **Cencosud, Getjusto, Linio, Mercado Libre, Tottus, Cornershop, Telemercados, Uber Eats y Rappi.**

Dos de las empresas (Linio y Tottus) si bien, dan respuesta al oficio, aluden que Sernac no tiene la facultad, para solicitar la presente información. Por este motivo, estas empresas quedan descartadas en el cálculo del porcentaje de respuesta de las 9 empresas de las cuales se recibió respuesta. Se evaluarán las acciones a seguir en estos casos en particular.

Por lo tanto, 7 empresas dieron respuesta al ámbito de calidad y seguridad del servicio entregado. Con ellas se trabajará en este informe.

Con respecto a las empresas: ***McDonalds; Dóminos Pizza; Burger King; Kentucky Foods chile Ltda.; Lider.cl; Pedidos ya!; Pizza Pizza; Papa Johns chile y Telepizza S.A***., las cuales, no dieron respuesta al oficio enviado, se evaluarán igualmente las acciones a seguir por el Servicio, en el marco de sus facultades.

12. RESULTADOS

A partir de la base de datos de reclamos del SERNAC (MAC), se realizó un filtro de casos en dos etapas, mediante palabras claves asociadas a las plataformas/empresas de delivery, obteniendo finalmente una base de reclamos de **62.048 casos**. El período abarcado va desde el 01 de julio del 2019 al 14 de junio del 2021.

Para las empresas de servicio **Grocery (Líder, Jumbo, Linio, Mercado Libre, entre otras)**, sean verticales u horizontales se reciben mayor cantidad de reclamos por parte de los consumidores. Le siguen las empresas asociadas al servicio **Mixto (PedidosYa, Uber Eats, Rappi)**, con integración horizontal de tipo multiplataforma y, por último, las empresas **Food Delivery (McDonald´s, Telepizza, Burger King)**.

De la totalidad de reclamos, el **61% es acogido** por parte de las empresas, mientras que el **32% no lo es**. Del **7% restante**, el nivel de respuesta se disgrega en que el proveedor no responde, informando que el caso no procede o bien, no especifica su nivel de respuesta.

Por otra parte, los consumidores reclaman en su mayoría (82% del total de reclamos), por **problemas de ejecución contractual**, en la categoría motivo legal, entre los que se encuentran: a) El retardo en la entrega de lo comprado (32,7%, 16.615 reclamos), b) Formalidades de Contrato (15,3%, 7.773 reclamos), c) Término de Contrato (10,1%, 5.106 Reclamos), d) Término unilateral de contrato (7,7%, 3.909 Reclamos), e) Producto Defectuoso, piezas o partes de ellas (7,6%, 3856 reclamos), entre otros[16].

12.1. RECLAMOS SERNAC

Del total de reclamos obtenidos en la base de datos, el **31,7% corresponde a la empresa Líder; 19,06% a Linio; 18,82% a Mercado Libre; 7,47% a Tottus.cl; 6,2% a Jumbo.cl; 5,65% a PedidosYa; 5,18% a Rappi; 4,11% a Uber Eats, y 1,81% a otras empresas**, como se evidencia en el gráfico N°3.

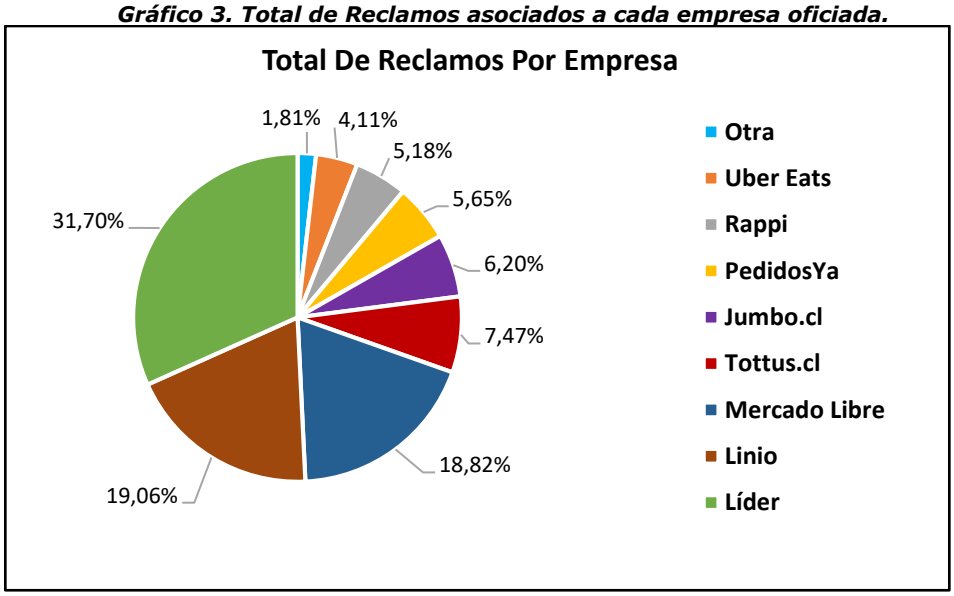
Las empresas que están incluidas en la categoría "Otra" corresponden a: **Cornershop; Papa John's Pizza; Domino's Pizza; Kentucky Fried Chicken (KFC); Telemercados.cl; Telepizza; Burger King; McDonald's; Pizza Pizza, y Justo App**.

Acorde a estos porcentajes, podemos decir que más del 80% de los reclamos

[16] Las categorías de motivos legales que están incluidos en la categoría "Otros" corresponden a: DIFICULTADES PARA TÉRMINO DE CONTRATO (6,5%); OFRECE PRODUCTOS SIN STOCK (4,6%); ENTREGA PRODUCTO DISTINTO AL ADQUIRIDO O COMPRADO (4,5%); COBRO DE UN PRECIO SUPERIOR AL EXHIBIDO INFORMADO (4,1%), PROVEEDOR NO RECONOCE PAGO (2,9%); NO ENTREGA DOCUMENTO QUE JUSTIFICA LA VENTA (1,7%); INTERMITENCIA DE SITIO WEB EN EL PROCESO DE COMPRA (0,85%); FALTA O NO ENTREGA DE CONTRATO (0,6%); IMPOSIBILIDAD DE ACCESO AL SITIO WEB (0,2%)
VENTA DE BIEN DEFECTUOSO SIN ADVERTENCIA (0,15%), COBRO EXCESIVO TASA DE INTERÉS (0,08%).

corresponden a empresas cuyo servicio de delivery hace entrega de distintos productos adicionales a los alimentos, como lo es en el caso de Líder, Linio, Mercado Libre, entre otras empresas más. Esto implica que menos de un 20% de la muestra, hace referencia a problemas generados con servicios que hacen reparto de comida rápida o proveniente de algún restaurante, entre las que destacan, PedidosYa, Uber Eats y Rappi.

Gráfico 3. Total de Reclamos asociados a cada empresa oficiada.

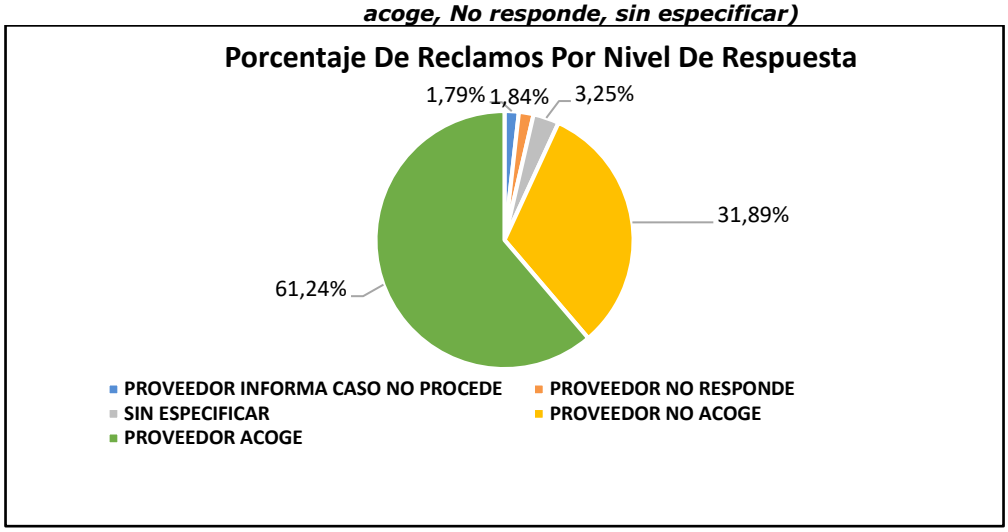


Fuente: SERNAC 2021.

En particular, el 61,24% de la base, equivalente a 38.000 reclamos, corresponden a cuando la empresa **acoge o acepta** como válido el reclamo por parte del consumidor. Asimismo, el 31,89% de la base, equivalente a 19.785 reclamos, corresponde a cuando la empresa **no acoge o acepta** como válido el reclamo de parte del consumidor. Finalmente, el 1,84%, 1,79% y 3,25% de los reclamos corresponden a cuando la empresa no responde, vale decir, informa que el reclamo no es procedente o bien no se especifica el nivel de respuesta, respectivamente.

Gráfico 4. Porcentaje (%) de Reclamos por nivel de respuesta (No procede, Acoge, No

acoge, No responde, sin especificar)

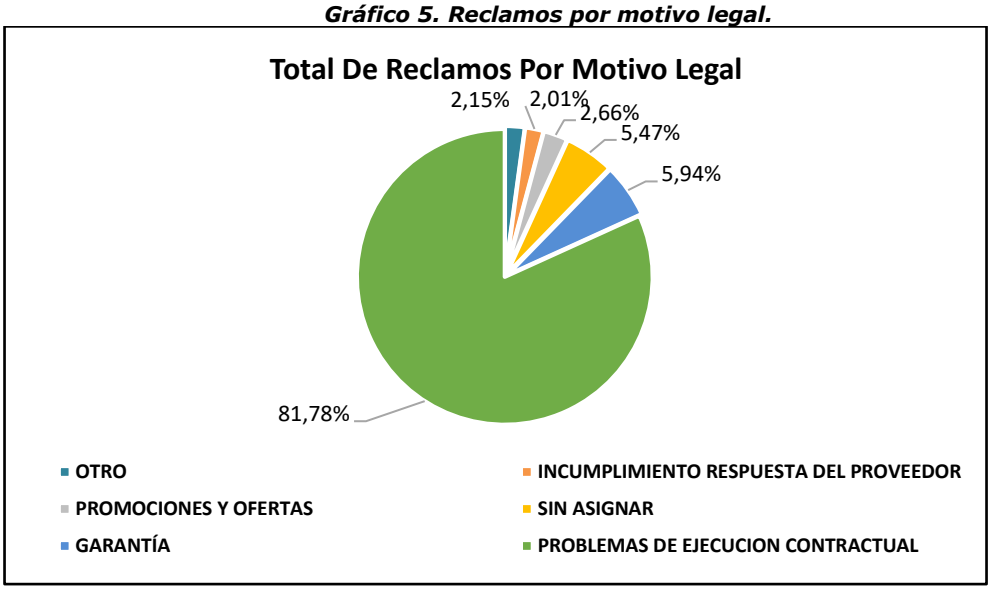


Fuente: SERNAC 2021.

Los reclamos extraídos de la base de datos, fueron analizados según la clasificación **"Categoría Motivo Legal"**. Arrojando cómo resultado que los principales motivos legales, por los cuales, los consumidores reclaman son: ***Problemas de ejecución contractual (81,78%; 50.744 reclamos); Garantía (5,94%; 3.683 reclamos); Promociones y ofertas (2,66%; 1.648 reclamos); Incumplimiento de la respuesta de la empresa (2,01%; 1.247 reclamos), y Otros (2,38%; 1.477 reclamos)[17] (2).***

[17] (2) Los motivos legales que están incluidos en la categoría "Otros" corresponden a: Información y publicidad (0,9%); Seguridad en el consumo (0,87%); Cobranza judicial improcedente (0,22%); Trato de Personal y Discriminación (0,1%); Servicio técnico o reparación (0,06%) y Publicación en base de datos (0,01%).

Gráfico 5. Reclamos por motivo legal.

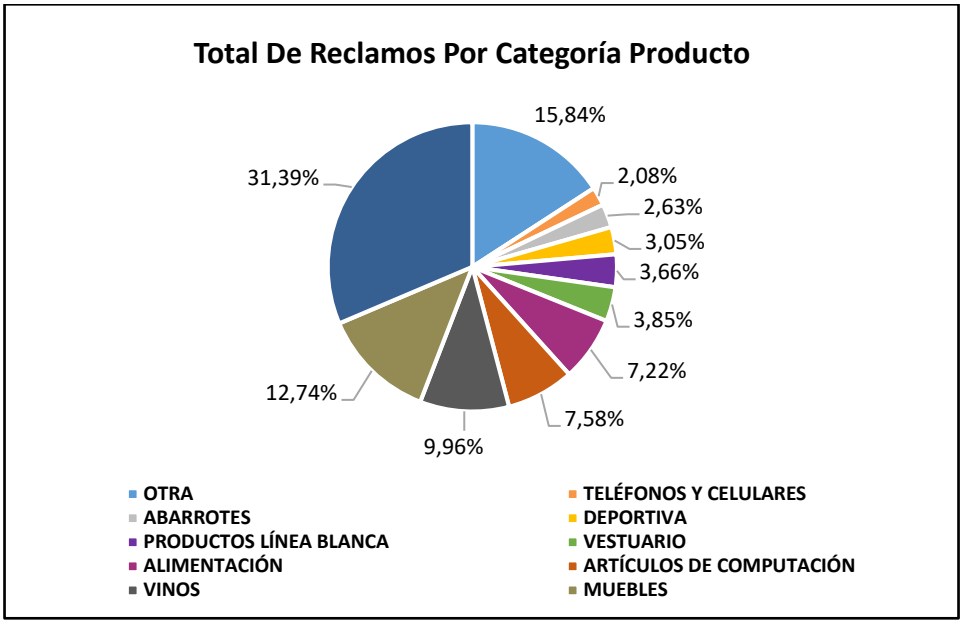


Fuente: SERNAC 2021.

Las categorías de productos más reclamadas asociadas a las empresas/aplicaciones de delivery son principalmente: ***Electrónica (31,39%; 19.478 reclamos); Muebles (12,74%; 7.903 reclamos); Vinos (9,96%; 6.183 reclamos); Artículos de computación (7,58%; 4.703 reclamos); Alimentación (7,22%; 4.480 reclamos); Vestuario (3,85%; 2.387 reclamos); Productos de línea blanca (3,66%; 2.269 reclamos); Deportiva (3,05%; 1.891 reclamos); Abarrotes (2,63%; 1.633 reclamos); Teléfonos y celulares (2,08%; 1.290 reclamos), y Otros (15,84%; 9.831 reclamos)[18] .***

[18] Las categorías de los productos incluidas en "Otro" corresponden a 45 clasificaciones distintas con porcentajes no significativos, por lo que detallar el número de reclamos para cada clasificación no es relevante para el presente estudio.

Gráfico 6. Reclamos por categoría de productos.



Fuente: SERNC 2021, Elaboración propia.

Respecto a la residencia de los consumidores, ***el 99,91% de los reclamos (61.990) corresponden a la Región Metropolitana, y el 0,09% (58) a otras regiones[19].***

Como evidencia el gráfico N°7, el *47,46% (29.449 reclamos) de los consumidores que más reclaman, residen en la comuna de* ***Las Condes, le sigue Quilicura con un 31,7% (19.670 reclamos), en tercer lugar, con un 19,39% (12.031 reclamos) está Santiago Centro. En menos porcentaje, se encuentran Ñuñoa y Providencia con el 0,57% (356 reclamos) y el 0,55% (343 reclamos) respectivamente, el 0,13% (81 reclamos) a la comuna de Cerrillos, por último se encuentra la comuna de puente alto con 0,01% de los reclamos (9)****, como aquellas con más reclamos dentro de este grupo. El 0,19% restante corresponden a otras comunas de la región metropolitana con porcentajes no significativos respecto al total de la muestra*.

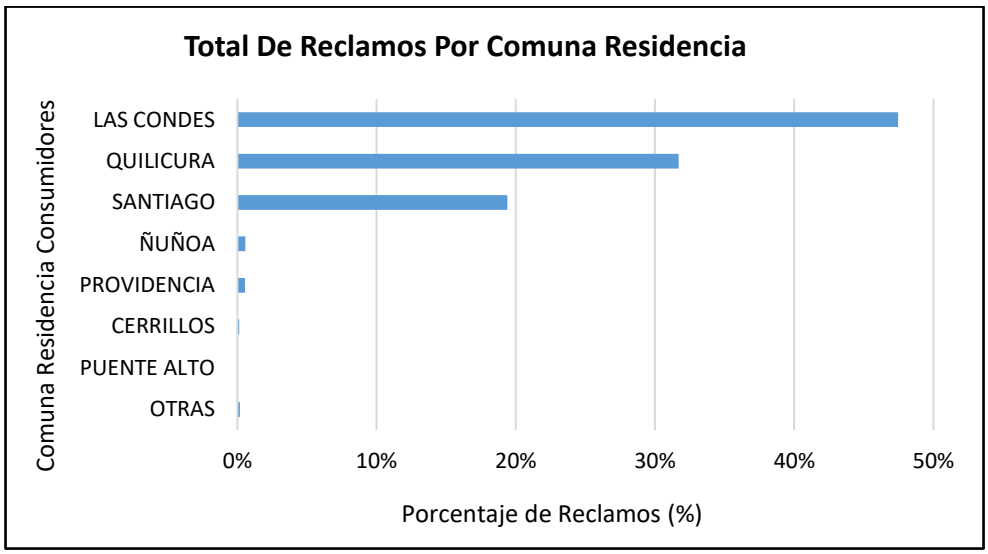
Esta gran variación de reclamos entre comunas puede deberse a la población total que hay en estas, en comparación con el resto. De hecho, acorde a proyecciones elaboradas por el Instituto Nacional De Estadísticas (INE) [20], para el 2021: Santiago, Las Condes y Quilicura, se encuentran dentro del top 10 de aquellas comunas con mayor población

[19] *Las otras regiones de residencia de los consumidores corresponden a: Antofagasta, Atacama, Coquimbo, Valparaíso, O'Higgins, Maule, Biobío, Araucanía, Los Lagos, Arica y Parinacota*.

[20] Página web, visitada el 21.12.2021. Link directo: https://www.minvu.gob.cl/wp-content/uploads/2021/03/Poblacion-Comunas-de-Chile-INE-2015-2021-Llam-Nac-Concurso-2021-DS-19.xlsx

en la Región Metropolitana.

Gráfico 7. Reclamos totales asociados a la comuna de residencia del consumidor.



Fuente: SERNAC 2021. Elaboración propia.

Por otra parte, observando el gráfico N°8, ***se evidencia que el 83,9% de los reclamos (52.061) se cerró entre 1 a 4 semanas después de haber sido ingresado; el 12,3% (7.631) se cerró entre 2 a 7 días, mientras que el 2,55% de los reclamos (1.585) a la fecha siguen pendientes y Otras con 1,24% (771)[21].***

En este período de tiempo, Sernac ha detectado que muchas empresas no cuentan con canales o respuestas expeditas para atender las solicitudes y consultas de los mismos, es por este motivo que muchas veces, el cierre de cada uno de los casos se prolonga por semanas. En este escenario, SERNAC es categórico en señalar que, si los consumidores no pueden acceder a la información de cómo ejercer sus derechos, las empresas no pueden correr los plazos establecidos para exigirlos[22].

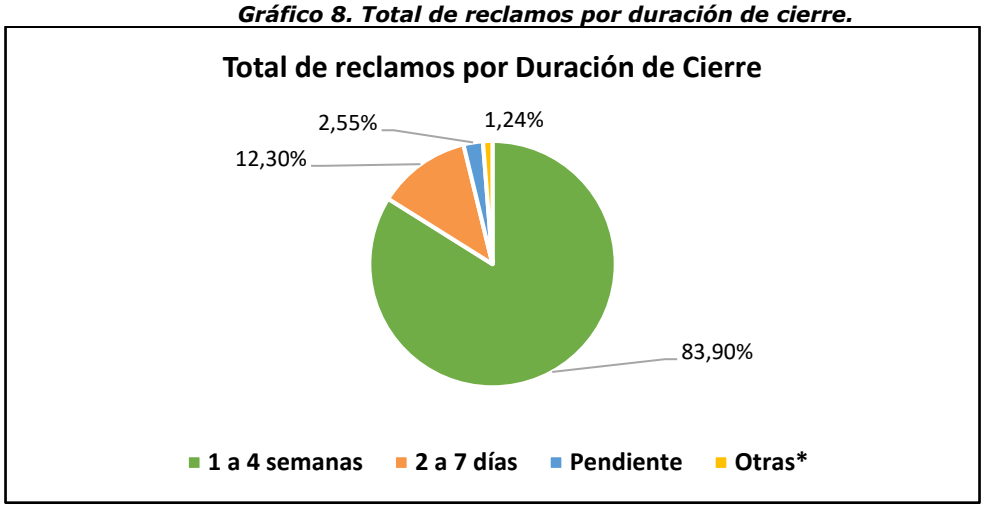
De esta manera, si durante la vigencia de la garantía los consumidores percibieron una falla, desperfecto o, en general, algún incumplimiento que los habilite a reclamar ante el proveedor, podrán ejercer su derecho durante el tiempo preestablecido, sin considerar, para el cómputo de este, el período de suspensión entre el inicio y fin del estado de excepción. En este sentido, como una buena práctica y con la necesidad de

[21] La duración de cierre de los reclamos que componen la categoría "Otras" corresponden a: 1 día (0,09%; 50 casos); 1 a 6 meses (0,54%; 332 casos) y más de 6 meses (0,63%; 389 casos).

[22] SERNAC, Página web, visitada el 18.12.2021. Link directo: https://www.sernac.cl/portal/618/w3-article-58446.html, Circular Interpretativa (Resolución Exenta N° 0340), establece el criterio por el cual las empresas del país deben respetar la suspensión de los plazos para la exigencia de derechos básicos del consumidor, como, por ejemplo, la garantía legal de productos y servicios, las garantías voluntarias y los plazos de cambios de productos por conformidad o satisfacción que ofrecen las empresas.

dar celeridad a las necesidades de los consumidores, se promueve el establecimiento de medidas de facilitación del retiro de productos, a fin de que los consumidores puedan ejercer sus derechos en consideración a la naturaleza de los bienes o vulnerabilidad de los consumidores. Todo ello, siempre y cuando no involucre costos adicionales para los consumidores.

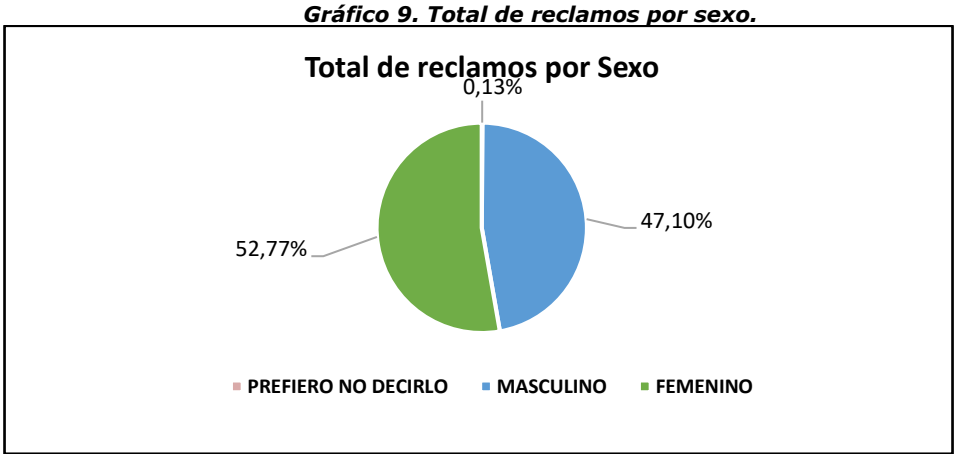
Gráfico 8. Total de reclamos por duración de cierre.



Fuente: SERNAC, 2021. Elaboración propia.

El total de reclamos por sexo del consumidor está compuesto por: **un 52,77% (32.740) del sexo femenino, y un 47,1% (29.225) del sexo masculino.** En el 0,13% de los reclamos (83) los consumidores prefirieron no declarar su sexo.

Gráfico 9. Total de reclamos por sexo.



Fuente: SERNAC 2021. Elaboración propia.

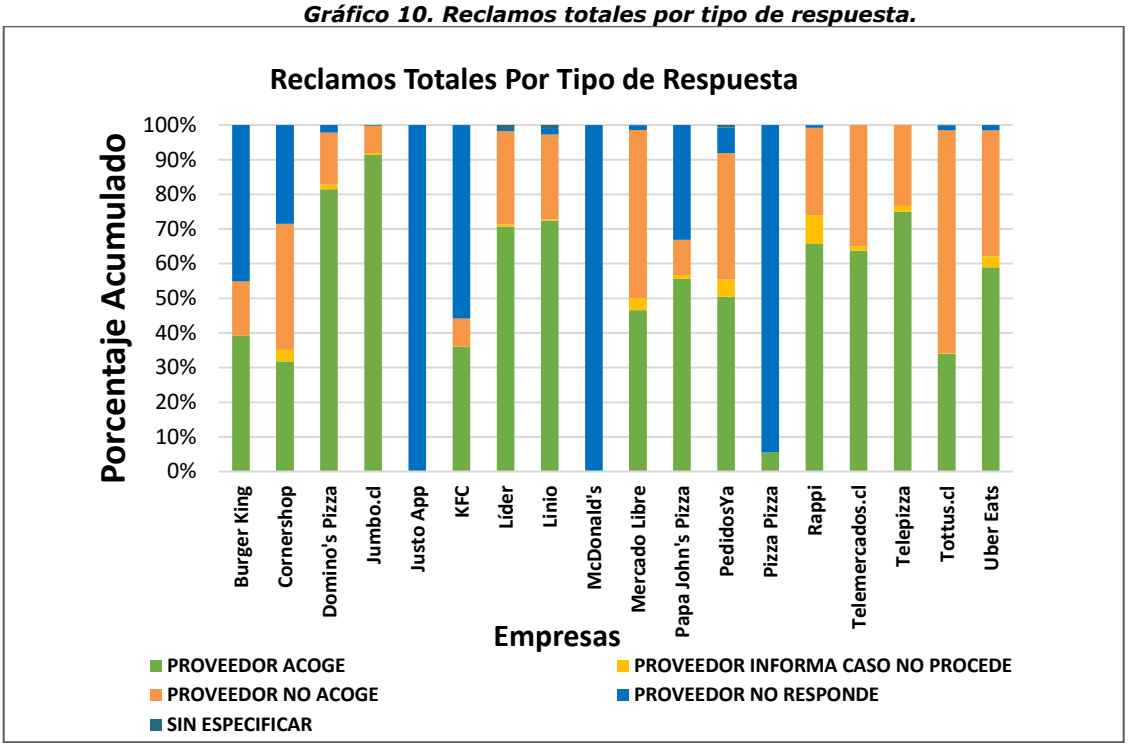
Las empresas que más acogen el reclamo de los consumidores son: **Jumbo.cl, Domino's Pizza; Telepizza, Linio y Líder, todas con un nivel mayor al 70% del total**. No obstante, empresas como: **Tottus.cl y Mercado Libre, son las que menos acogen el reclamo** de los consumidores, teniendo un nivel de reclamos **no acogidos del 64,34% y 48,65%, respectivamente.**

Asimismo, **Pizza Pizza, Justo App y McDonald's, son las empresas que menos** Calidad y Seguridad de Productos

responden frente a los reclamos (Nivel de No respuesta: 94,44%, 100% y 100%, respectivamente). En contraste, las empresas que siempre responden son: **Telemercados.cl y Telepizza.**

Por último, es importante destacar que la empresa que informa el mayor nivel de reclamos improcedentes es **Rappi con un 8,37% del total**.

Gráfico 10. Reclamos totales por tipo de respuesta.



Fuente: Datos provenientes de página web de Sernac. Elaboración propia.

De estos datos podemos concluir que el comportamiento de aquellas empresas que prestan servicios de delivery, ya sea para la entrega alimentos (provenientes de restaurantes o de cadenas de comida rápida) u otros productos como puede ser electrónica, ropa, entre otros, son muy distintos entre las empresas.

Por ejemplo, si hablamos de aquellas empresas que ofrecen una gran gama de productos, existen casos como el de Jumbo, quienes han acogido la gran mayoría de los reclamos que se le han hecho a esta entidad, mientras que otras empresas como supermercados Tottus o Mercado Libre, no han acogido los reclamos de los clientes en más de un 45% de las veces.

Sin embargo, la diferencia de estos comportamientos es mucho más alarmante en aquellos casos donde las empresas entregan servicios de delivery relacionados con alimentos. Por ejemplo, Domino´s Pizza y Telepizza han acogido en más de un 70% los reclamos realizados por los clientes. Mientras que, por otra parte, tenemos a una de las más grandes empresas de comida rápida como lo es McDonald's la cual junto con otras organizaciones como Justo y Pizza Pizza, no han respondido más del 90% de los

reclamos que han sido realizados por sus clientes.

Esto termina mostrando la gran diferencia que existe entre una empresa y otra, respecto a la satisfacción y respuesta a sus clientes por los canales formalmente establecidos para ello por las autoridades, y refleja en parte, la disposición o no, de un adecuado servicio posventa a la hora de atender los problemas de sus clientes.

13. ANÁLISIS DE LAS RESPUESTAS DE LAS EMPRESAS

13.1. ANÁLISIS GENERAL DE LAS RESPUESTAS ENTREGADAS POR LAS EMPRESAS

En esta sección se realizará un análisis general de las 7 empresas (**Cencosud, Getjusto, Mercado Libre, Cornershop, Telemercados, Uber Eats y Rappi)** que dieron respuesta al oficio, ítem 11. "Información solicitada a las empresas de la muestra" correspondiente al ámbito de calidad y seguridad del servicio entregado.

En la tabla N°10, se describen con azul, las empresas que concuerdan con el comportamiento o escenario ideal planteado anteriormente.

Tabla 10. Análisis general de las respuestas recibidas por parte de las empresas oficiadas.

Dimensión	Preguntas/Respuestas		Porcentaje (%)	Empresas
(Dimensión 1) **Sobre el personal que manipula los productos:**	1. ¿Se les realiza examen PCR? si/no	Si, política BAC	3/7 empresas (42,9 %)	**Cencosud S.A; Mercado Libre y Telemercados.**
		No se realizan	2/7 empresas (28,6%)	**Rappi; Cornershop**
		No aplica	2/7 empresas (28,6%)	**Getjusto; UberEats.**
	2. ¿Con qué frecuencia se realiza el examen?	Se realizan con la frecuencia estipulada en escenario ideal.	3/7 empresas (42,9%)	**Cencosud S.A; Mercado Libre y Telemercados.**
		No aplica	4/7 empresas (57,1%)	**Rappi; UberEats; Getjusto y Cornershop**
	3. Indique protocolos de seguridad utilizados al momento de entrar a la zona de manipulación de productos	Indica el protocolo)	3/7 empresas (42,9%)	**Cencosud S.A; Mercado Libre y Telemercados.**
		No aplica	3/7 empresas (42,9%)	**Rappi; UberEats; Getjusto**
		No responde	1/7 empresas (14,2%)	**Cornershop**
	4. ¿Cuáles son los protocolos que se realizan con el personal y productos alimenticios de consumo inmediato si se encuentran casos positivos de COVID-19?	Menciona y adjunta protocolo	1/7 empresas (14,2%)	**Telemercados.**
		Indica que se realiza el protocolo según autoridad sanitaria.	1/7 empresas (14,2%)	**Cencosud S.A y Cornershop**

Dimensión	Preguntas/Respuestas		Porcentaje (%)	Empresas
		Indica que **no aplica.**	3/7 empresas (42,9%)	**Rappi; UberEats; Getjusto**
		No indica protocolo, sólo caso preventivo.	1/7 empresas (14,2%)	**Mercado Libre.**
(Dimensión 2) **Sobre el personal que envasa productos (Solo si aplica)**	5. ¿Se les realiza examen PCR? si/no	Indica que se les realiza examen PCR.	2/7 empresas (28,6%)	**Cencosud S.A y Telemercados.**
		Indica que **no aplica.**	5/7 empresas (71,4%)	**Mercado Libre; Rappi; UberEats; Getjusto y Cornershop**
	6. ¿Con qué frecuencia se realiza el examen?	Indica que se realizan con la frecuencia estipulada en protocolo sanitario.	2/7 empresas (28,6%)	**Cencosud S.A y Telemercados.**
		Indica que **no aplica.**	5/7 empresas (71,4%)	**Mercado Libre; Rappi; UberEats; Getjusto y Cornershop**
	7. Indique protocolos de seguridad para el envasado de productos	Indica el protocolo.	1/7 empresas (14,2%)	**Telemercados**
		Indica que no aplica	6/7 empresas (85,8%)	**Mercado Libre; Rappi; UberEats; Getjusto y Cornershop**
	8. ¿Cuáles son los protocolos que se realizan con el personal y productos alimenticios de consumo inmediato si se encuentran casos positivos de COVID-19?	Indica que se realiza el protocolo según autoridad sanitaria	1/7 empresas (14,2%)	**Telemercados**
		Indica que no aplica.	6/7 empresas (85,8%)	**Mercado Libre; Rappi; UberEats; Getjusto y Cornershop**
(Dimensión 3) **Sobre las medidas sanitarias que realiza para asegurar la protección de repartidores**	9. Indique el número de pruebas PCR, antígenos y/o serológicos llevadas a cabo para detectar casos de Covid-19 en los repartidores asociados al servicio. Indique la periodicidad, y los criterios para proceder en la realización de la prueba.	Indica que se realiza pruebas PCR, antígenos y/o serológicos en repartidores, periodicidad y criterios.	1/7 empresas (14,2%)	**Telemercados**
		Indica que **no aplica.**	6/7 empresas (85,8%)	**Mercado Libre; Rappi; UberEats; Cencosud; Getjusto y Cornershop**
	10. Indique los elementos de protección individual que proporciona a repartidores, referente a cuidados sanitarios.	indican entregar elementos de protección individual a sus repartidores	3/7 empresas (42,9%)	**Telemercados; UberEats y Cornershop**
		Indica que **no aplica.**	4/7 empresas (57,1%)	**Cencosud; Mercado Libre, Getjusto y Rappi**
	11. Informe el protocolo para el desecho de los elementos de protección individual ya utilizados por el repartidor.	Indican protocolo para el desecho de EPI.	3/7 empresas (42,9%)	**Telemercados; Rappi; Cornershop**
		indica que **no aplica**	4/7 empresas (57,1%)	**Cencosud; Mercado Libre; UberEats y Getjusto.**

Dimensión	Preguntas/Respuestas		Porcentaje (%)	Empresas
	12. Informe detalladamente el protocolo a seguir si se reporta un caso positivo de Covid-19 por parte de un repartidor o trabajador. Refiérase a trazabilidad, aislamiento, protección u otros.	Indica protocolo.	3/7 empresas (42,9%)	**Rappi; Telemercados y Cornershop**
		Indica que **no aplica**	3/7 empresas (42,9%)	**Cencosud; Mercado Libre y Getjusto.**
		No indica protocolo	1/7 empresas (14,2%)	**UberEats**
	13. Indique si se realiza verificación de documento para personal de delivery.	Indican que se realiza	5/7 empresas (71,4%)	**Getjusto, Cornershop, UberEats, Rappi y Telemercados**
		Indican que **no aplica**	2/7 empresas (28,6%)	**Cencosud; Mercado Libre**
(Dimensión 4) **Sobre las medidas sanitarias en relación a los establecimientos asociados (en caso de aplicar responda: SI/NO):**	14. Si realiza controles de temperatura al ingreso del establecimiento	Indican que se realizan	3/7 empresas (42,9%)	**Cencosud; Telemercados y Rappi**
		Indican que **no aplica**	4/7 empresas (57,1%)	**Cornershop; Uber Eats; Mercado Libre y Getjusto.**
	15. Si dispone de elementos para la sanitización de manos	Indican que se disponen.	3/7 empresas (42,9%)	**Cencosud; Telemercados y Rappi**
		Indican que **no aplica**	4/7 empresas (57,1%)	**Cornershop; Uber Eats; Mercado Libre y Getjusto**
	16. Si proporcionan mascarillas higiénicas a repartidores	Indica que proporciona.	2/7 empresas (28,4%)	**Telemercados y Cencosud.**
		Indican que **no aplica**	5/7 empresas (71,4%)	**Cornershop; Uber Eats; Rappi; Mercado Libre y Getjusto**
	17. Si proporciona mascarillas higiénicas a otros trabajadores	Indican que si proporcionan	3/7 empresas (42,9%).	**Telemercados; Cencosud y Rappi**
		Indican que **no aplica**	4/7 empresas (57,1%)	**Cornershop; Uber Eats; Mercado Libre y Getjusto**
	18. Si prefiere empaques de cierto material, indique cuáles	Indica empaques de cierto material	2/7 empresas (28,4%)	**Rappi y Cornershop**
		Indican que **no aplica**	5/7 empresas (71,4%)	**Telemercados; Cencosud; UberEats; Mercado Libre y Getjusto**
	19. Si solicita medidas especiales para la preparación de alimentos. En caso de aplicar, informe detalladamente.	Indica medidas especiales para preparación de alimentos.	1/7 empresas (14,2%)	**Telemercados**
		Indica que **no aplica.**	6/7 empresas (85,8%)	**Cencosud; Getjusto; Mercado Libre; Cornershop; Uber Eats, Rappi**
	20. Informe sobre medidas de distancia social, refiérase a: aforos, distancia física, lugares de espera de repartidores.	Indica medidas	3/7 empresas (42,9%)	**Cencosud; Telemercados; Rappi,**
		indica que **no aplica**	4/7 empresas (57,1%)	**Getjusto; Mercado Libre; Cornershop y Uber Eats.**
	21. Protocolo de recepción de insumos básicos (indique si	Indica PRIB.	2/7 empresas (28,6%)	**Cornershop y Telemercados**

Dimensión	Preguntas/Respuestas		Porcentaje (%)	Empresas
	realiza sanitización y bajo qué condiciones).	Indican que **no aplica**	5/7 empresas (71,4%)	**Cencosud; Getjusto; Mercado Libre; Rappi y UberEats**
	22. Indique si conoce protocolos de seguridad de los proveedores.	Indican que conocen los PS de los proveedores.	3/7 empresas (42,9%)	**Cornershop y Telemercados**
		Indica que no aplica	3/7 empresas (42,9%)	**Cencosud; Getjusto; Mercado Libre.**
		No Responde	1/7 empresas (14,2%)	**Rappi**
(Dimensión 5) **Sobre las medidas sanitarias referidas al transporte del producto**	23. Indique si realiza capacitaciones a los repartidores sobre medidas sanitarias para asegurar su protección y la de los consumidores. Informe detalladamente en qué consisten, por cuáles medios se realiza u otra información atingente.	Indica que realiza capacitaciones a sus repartidores sobre las MS.	2/7 empresas (28,6%)	**Cornershop y Rappi**
		Indica que **no realizan**	4/7 empresas (57,1%)	**Cencosud; Getjusto; UberEats y Telemercados**
		indica que **no aplica**	1/7 empresas (14,2%)	**Mercado Libre**
	24. Indique si presenta protocolos especiales para repartidores que se trasladen por medio del transporte público. Informe en caso de aplicar.	Indica que No corresponde (Se ajusta escenario ideal)**.**	6/7 empresas (85,8%)	**Cencosud; Telemercados; Mercado Libre; Cornershop; Uber Eats, Rappi.**
		No Responde	1/7 empresas (14,2%)	**Getjusto**
	25. Indique medidas y protocolos para asegurar la inocuidad de los productos, y del servicio entregado. Refiérase a mantención la de temperatura en mochilas térmicas, sanitización y control sobre estas.	Indica que proporciona.	2/7 empresas (28,6%)	**Cencosud y Cornershop**
		No Informan protocolos	4/7 empresas (57,1%)	**Getjusto; Telemercados, Uber Eats y Rappi**
		No aplica	1/7 empresas (14,3%)	**Mercado Libre**
(Dimensión 6) **Sobre las medidas sanitarias de la correcta entrega del producto**	26. Indique el porcentaje de ventas realizadas según métodos de pago, ya sea: efectivo, tarjeta de crédito, tarjeta de débito u otros. Indique si es posible el pago electrónico de propinas.	Indica porcentaje y pago electrónico de propinas	5/7 empresas (71,4%)	**Telemercados; Uber Eats; Cornershop; Rappi y Getjusto**
		No responde.	2/7 empresas (28,6%)	**Cencosud y Mercado Libre.**
	27. Indique si posee una política de difusión de recomendaciones sanitarias para el consumidor, refiérase a: información desplegada en plataformas web o aplicaciones.	Indican que posee una política de difusión	5/7 empresas (71,4%)	**Cencosud; Cornershop; Telemercados; Uber Eats y Rappi**
		Indica que no posee	2/7 empresas (28,6%)	**Getjusto; Mercado Libre.**

Fuente: SERNAC, 2021. Elaboración propia.

13.2 ANÁLISIS GRÁFICO DEL COMPORTAMIENTO DE CADA EMPRESA EN LAS DIMENSIONES ESTUDIADAS

En este apartado, se analiza el comportamiento gráfico de cada una de las empresas en torno a las dimensiones evaluadas (1-6) y sus respuestas a la información solicitada en los oficios, correspondiente al ámbito de calidad y seguridad de productos (Tabla N°10).

Para ello, fueron consideradas tanto las respuestas conformes al escenario ideal, las respuestas no conformes y las no aplicables. El calculó para cada sección/empresa, se realizó entre el cociente de la cantidad de respuestas conformes y la sumatoria (Σ) de respuestas conformes/No conformes/No aplican, estas últimas se incluyen por ser una autodeclaración y no que, efectivamente no apliquen. Mismo caso para el cálculo del comportamiento general en todas las dimensiones por cada una de las empresas evaluadas (Ver tabla N°11 en Anexos, (% D)).

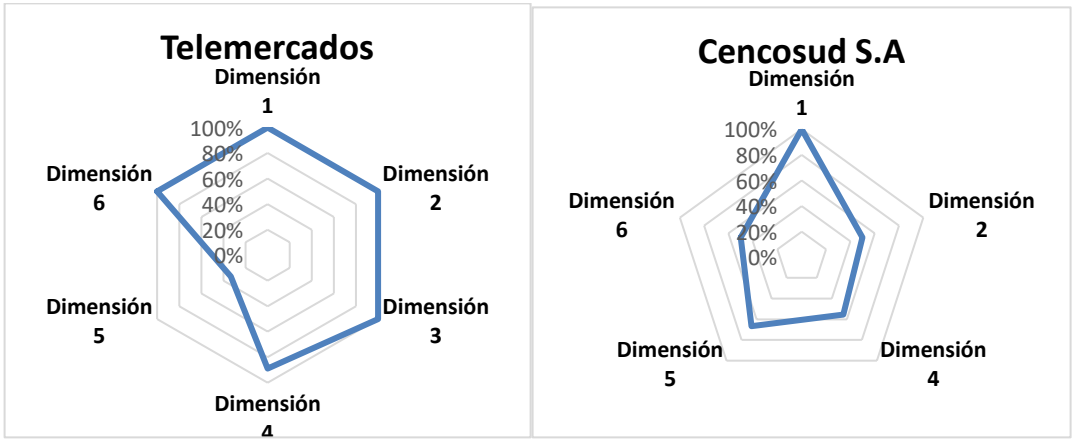
En razón de lo anterior, Telemercados, es la empresa que logra el mayor porcentaje (%) de ajuste en torno al comportamiento general en las seis dimensiones analizadas (88,9%), le sigue Cencosud S.A (51,9%), Cornershop (48,1%), Rappi (48,1%), Uber Eats (18,5%), Mercado Libre (14,8%) y por último Getjusto (7,4%).

Telemercados logra un 100% en cuatro dimensiones (1-3 y 6), ajustándose al comportamiento/escenario ideal de la industria, propuesto en el apartado 14, con respecto a las medidas adoptadas para afrontar la pandemia (Empresa responsable), a fin de mantener buenos estándares de calidad y seguridad para su personal y consumidores en torno a las implicancias del virus Covid-19. Para la dimensión 4 logra un 89%, porcentaje que disminuye al indicar que no les aplica la pregunta N°18. Por último, para la dimensión 5, obtiene un 33% de ajuste, porcentaje que se ve disminuido al indicar que no realizan capacitaciones a repartidores, además de no informar protocolos para la inocuidad de los alimentos transportados.

Con respecto a la empresa Cencosud S.A, esta logra un 100% de ajuste en la dimensión 1, en cambio para las dimensiones 2, 4-6 sus valores fluctúan entre 50%-67% de ajuste al comportamiento ideal respectivamente. Para la dimensión 3, la empresa informa que no aplica ninguna pregunta (N° 9-13), por lo que su ajuste es 0%, el cual no se representa en el gráfico.

Gráfico 11 y 12. Comportamiento empresas Telemercados y Cencosud S.A en las seis

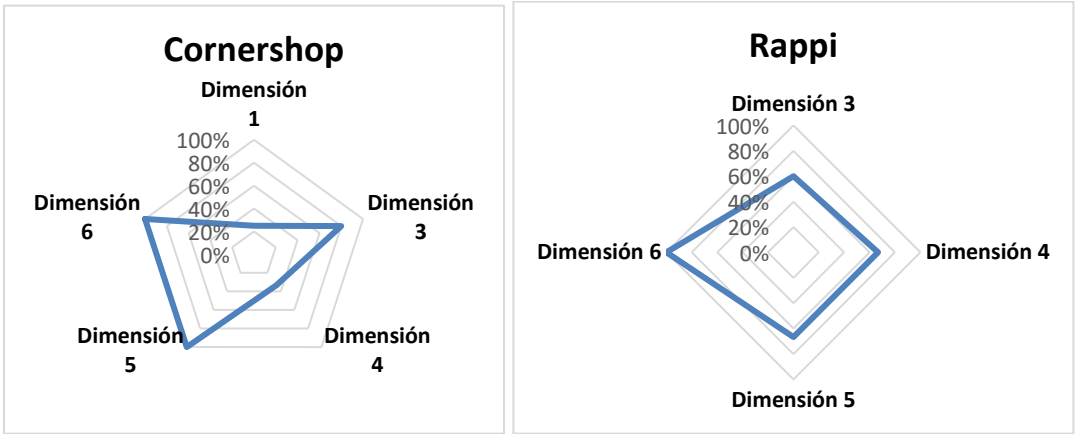
dimensiones evaluadas.



Para la empresa Cornershop, las dimensiones 5 y 6 se comportan de acuerdo al escenario ideal propuesto, ajustándose al 100%. Para las dimensiones 1,3 y 4, estas alcanzan porcentajes de ajuste del 25, 80 y 33%. Para el personal que envasa los productos, la empresa informa que no aplica esta dimensión (2).

Rappi, se ajusta 100% a la dimensión 6, relacionada con las medidas sanitarias de entrega del producto. Para las dimensiones 3-5, el porcentaje de ajuste varía de 60%-67% respectivamente. La empresa informa que las dimensiones 1 y 2 no les son aplicables a su modelo.

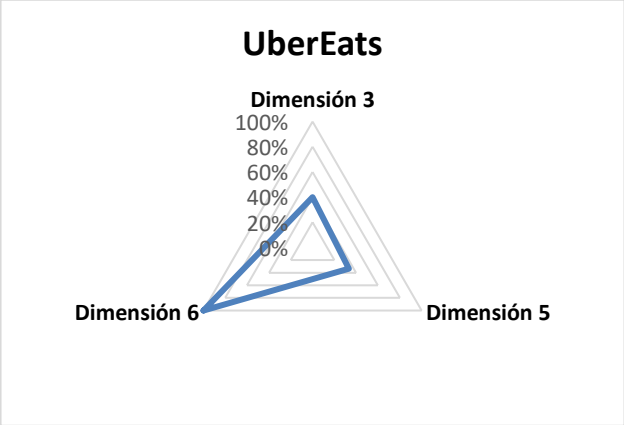
Gráfico 13 y 14. Comportamiento empresas Cornershop y Rappi en las dimensiones evaluadas.



Uber Eats en cambio, al igual que Rappi, se ajusta 100% a la dimensión 6, logrando porcentajes de ajuste del 40% y 33% para las dimensiones 3 y 5. Para las dimensiones 1, 2 y 4 no les aplica para su modelo de negocio.

Calidad y Seguridad de Productos

Gráfico 15. Comportamiento empresa Uber Eats en las dimensiones evaluadas.

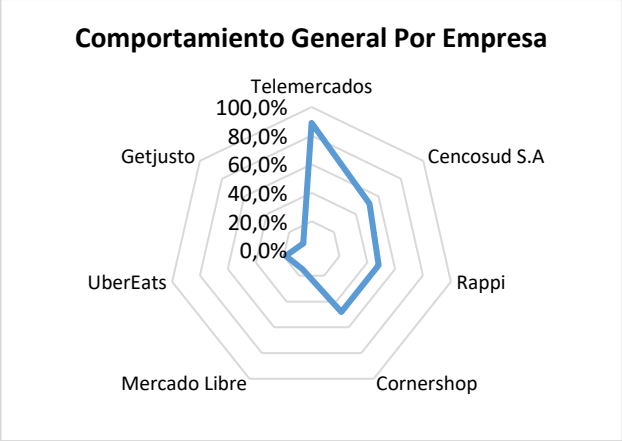


Para la empresa Mercado Libre, sólo las dimensiones 1 y 5, logran porcentajes de ajuste en torno al comportamiento ideal (75% y 33%, respectivamente). Para las demás dimensiones evaluadas, en la mayoría de los casos la empresa indica que no aplicarían.

Por último, para la empresa Getjusto sólo se logran porcentajes de ajuste para dos dimensiones, la N° 3 y la N°6, obteniendo porcentajes del 20% y 50%.

Estas dos últimas empresas, no serán representadas mediante gráficos, ya que solamente poseen dos dimensiones evaluadas. Sin embargo, se pude apreciar el comportamiento general de cada una de las empresas en el siguiente gráfico:

Gráfico 16. Comportamiento general de empresas en las seis dimensiones evaluadas.



Calidad y Seguridad de Productos

14. COMPORTAMIENTO IDEAL DE LA INDUSTRIA

En este apartado se establece un comportamiento o escenario ideal de medidas adoptadas por las empresas de delivery para afrontar la pandemia (Empresa responsable), a fin de mantener buenos estándares de calidad y seguridad para su personal y consumidores en torno a las implicancias del virus Covid-19.

Si bien, este comportamiento ideal no está claramente regulado, se puede tener cierta aproximación, ya que existen resoluciones, protocolos, guías y recomendaciones, que realiza la autoridad a fin de controlar y prevenir el virus del Covid-19, asociadas al ámbito de las empresas de delivery, las cuales, son mencionadas en el marco normativo.

Para configurar este comportamiento ideal, se realizó un cuestionario que abordó los ámbitos (ítems) de preguntas, con el fin de levantar información idónea a solicitar en los oficios enviados a cada una de las empresas asociadas al delivery en Chile. De ahí surge lo que hemos llamado comportamiento u escenario ideal de la industria en torno a los estándares de calidad y seguridad de todo el proceso o cadena de distribución.

Realizado el levantamiento del "comportamiento u escenario ideal", este será comparado posteriormente con cada una de las respuestas, basándose en la información solicitada en los oficios enviados a c/u de las empresas.

Tabla 9. Escenario ideal propuesto en base a marco normativo definido.

Ítem	Preguntas	Escenario Ideal
Sobre el personal que manipula los productos:	**1. ¿Se les realiza examen PCR? si/no**	El ideal es la realización de pruebas de detección del SARS-CoV-2[23], las que pueden incorporarse como parte de un enfoque integral para reducir la transmisión. Las pruebas de detección identifican a los trabajadores infectados por el SARS-CoV-2, el virus que causa el COVID-19, para poder tomar medidas que desaceleren y detengan la propagación del virus. Una ejemplo de escenario ideal empresarial es la **Realización de una Búsqueda de casos activos (BAC) con recursos propios** según lo establecido en el Ordinario B33/N°4613 del 23 de octubre de 2020[24], que instruye sobre este procedimiento. La obligatoriedad de la realización de BAC mediante Los Organismos Administradores/Administración delegada de la Ley 16.744 aplica en varios casos, particularmente, respecto de las empresas de delivery, se consideran al menos los siguientes escenarios: *1. Empresas de trabajo que determine la respectiva SEREMI de Salud, debido a su alto riesgo de exposición y transmisión Covid-19, de acuerdo con el análisis de información epidemiológica, entregada por la SEREMI de Salud.*

[23] Página web, visitada el 21.12.2021. Link directo: https://espanol.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/community/organizations/testing-non-healthcare-workplaces.html, Guía interina para la realización de pruebas de detección del SARS-CoV-2 en lugares de trabajo.

[24] Subsecretaría de Salud Pública, Ordinario B33/N°4613, Procedimiento de búsqueda activa de casos Covid-19, Link descarga: https://coronavirus.achs.cl/docs/default-source/default-document-library/ord-b33-n-4613.pdf?sfvrsn=aa25dfe0_0

Ítem	Preguntas	Escenario Ideal
		2. Empresas o centros de trabajo que aumentan su dotación de manera temporal dada la naturaleza de la actividad, de acuerdo con la información que entregará la SEREMI de Salud.[25]
	2. ¿Con qué frecuencia se realiza el examen?	El enfoque ideal de frecuencia en la realización de exámenes, pueden incluir pruebas iniciales de todos los trabajadores, pruebas periódicas de los trabajadores en intervalos regulares, pruebas específicas de los nuevos trabajadores o de los que regresan tras una ausencia prolongada (como una licencia médica o un permiso), o alguna combinación de enfoques. Dado el periodo de incubación del COVID-19 (hasta 14 días), los CDC recomiendan realizar pruebas de evaluación a los trabajadores asintomáticos que no están vacunados sin exposiciones presuntas o conocidas con una frecuencia al menos semanal[26]. Los empleadores pueden considerar útiles los siguientes factores al determinar el intervalo para la realización periódica de pruebas de detección: - La disponibilidad de pruebas, su tiempo de respuesta y su costo - El periodo de latencia entre la exposición y el desarrollo de una prueba viral positiva del SARS-CoV-2 - Cantidad de empleados que obtuvieron resultados positivos en rondas de pruebas anteriores - La experiencia relevante con brotes en el lugar de trabajo
	3. Indique protocolos de seguridad utilizados al momento de entrar a la zona de manipulación de productos	Los protocolos indicados por la empresa deben corresponden en la totalidad a los protocolos de seguridad recomendados por las autoridades; 1. *Se deben observar todas las medidas de seguridad alimentaria durante la preparación de los alimentos, incluyendo el uso de mascarillas y guantes al manipular y preparar alimentos, lavado frecuente de manos y sanitización de superficies que entren en contacto con alimentos, así como dispositivos y utensilios empleados para su preparación. Estos procedimientos se deben realizar al menos una vez cada 60 minutos.* *2. Las áreas destinadas a la preparación de alimentos deben estar aisladas y separadas de las zonas de entrega de los repartidores.* [27]

[25] Resolución Exenta N°33. Protocolo de vigilancia Covid-10 en centros de trabajo, link descarga: https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2021/01/RES-EXENTA-N-33.pdf

[26] Página web, visitada el 21.12.2021. Link directo: https://espanol.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/community/organizations/testing-non-healthcare-workplaces.html, Guía interina para la realización de pruebas de detección del SARS-CoV-2 en lugares de trabajo que no prestan servicios de salud, Frecuencia de la realización de pruebas de evaluación.

[27] (Cámara de Comercio de Santiago, s.f.) [GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS DE SEGURIDAD E HIGIENE PARA LA DISTRIBUCIÓN RÁPIDA DE COMIDAS PREPARADAS BAJO LA CONTINGENCIA DEL CORONAVIRUS, pág. 3], Link de descarga: https://www.ccs.cl/wp-content/uploads/2020/06/Guia-Buenas-Pr%C3%A1cticas-Delivery.pdf

Ítem	Preguntas	Escenario Ideal
	4. ¿Cuáles son los protocolos que se realizan con el personal y productos alimenticios de consumo inmediato si se encuentran casos positivos de COVID-19?	Los protocolos indicados por la empresa se corresponden en la totalidad a los protocolos de seguridad recomendados por la autoridad sanitaria competente con relación al tratamiento del personal contagiado y de los productos alimenticios contaminados. Respecto al tratamiento del personal contagiado: 1. Las personas diagnosticadas con COVID-19, deben cumplir un aislamiento de acuerdo con los siguientes criterios: a. Si el paciente presenta síntomas, el aislamiento será por 11 días desde la fecha de inicio de los síntomas. b. Si el paciente no presenta síntomas, el aislamiento será por 11 días desde la fecha de toma de muestra del examen que identificó la infección. Las personas que se hayan realizado el test RT-PCR para determinar la presencia de COVID-19, deben cumplir un aislamiento hasta que les sea notificado el resultado.[28] Respecto a los productos alimenticios: Si bien, **no hay evidencia que sugiera que la manipulación o el consumo de alimentos esté asociada al COVID-19**[29]. Se sugiere seguir las directrices de seguridad de los alimentos al manipular y lavar productos frescos[30]
Sobre el personal que envasa productos (Solo si aplica)	**5. ¿Se les realiza examen PCR? si/no**	El ideal es la realización de pruebas de detección del SARS-CoV-2[31] (Pruebas virales, antígenos NAAT reacción en cadena de la polimerasa con transcriptasa inversa en tiempo real (RT-PCR, por sus siglas en inglés), de anticuerpos en adultos (MIS-A)), las que pueden incorporarse como parte de un enfoque integral para reducir la transmisión. Las pruebas de detección identifican a los trabajadores infectados por el SARS-CoV-2, el virus que causa el COVID-19, para poder tomar medidas que desaceleren y detengan la propagación del virus Una ejemplo de escenario ideal empresarial es **Realizar una Búsqueda de casos activos (BAC) con recursos propios** según lo establecido en el Ordinario B33/N°4613 del 23 de octubre de 2020[32], que instruye sobre este procedimiento.

[28] Resolución Exenta 644, Ministerio de Salud, ESTABLECE TERCER PLAN "PASO A PASO". Link: https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1162728

[29] Página web, visitada el 21.12.2021. Link directo: https://espanol.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/prevent-getting-sick/how-covid-spreads.html, Cómo se propaga el COVID-19, Alimentos el agua. Además link FDA: https://www.fda.gov/about-fda/fda-en-espanol/preguntas-frecuentes-sobre-la-enfermedad-del-coronavirus-2019-covid-19#alimenticios , Preguntas frecuentes sobre la Enfermedad del Coronavirus 2019 (COVID-19).

[30] Página web, visitada el 21.12.2021. Link directo: https://espanol.foodsafety.gov/seguridad-de-los-alimentos-mfv6/4-pasos-para-la-seguridad-alimentaria, Pasos para la seguridad alimentaria.

[31] Página web, visitada el 21.12.2021. Link directo: https://espanol.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/community/organizations/testing-non-healthcare-workplaces.html, Guía interina para la realización de pruebas de detección del SARS-CoV-2 en lugares de trabajo.

[32] Subsecretaría de Salud Pública, Ordinario B33/N°4613, Procedimiento de búsqueda activa de casos Covid-19, Link descarga: https://coronavirus.achs.cl/docs/default-source/default-document-library/ord-b33-n-4613.pdf?sfvrsn=aa25dfe0_0

Ítem	Preguntas	Escenario Ideal
	6. ¿Con qué frecuencia se realiza el examen?	El enfoque ideal de frecuencia en la realización de exámenes, pueden incluir pruebas iniciales de todos los trabajadores, pruebas periódicas de los trabajadores en intervalos regulares, pruebas específicas de los nuevos trabajadores o de los que regresan tras una ausencia prolongada (como una licencia médica o un permiso), o alguna combinación de enfoques. Dado el periodo de incubación del COVID-19 (hasta 14 días), los CDC recomiendan realizar pruebas de evaluación a los trabajadores asintomáticos que no están vacunados sin exposiciones presuntas o conocidas con **una frecuencia al menos semanal**[33]. Los empleadores pueden considerar útiles los siguientes factores al determinar el intervalo para la realización periódica de pruebas de detección: - La disponibilidad de pruebas, su tiempo de respuesta y su costo - El periodo de latencia entre la exposición y el desarrollo de una prueba viral positiva del SARS-CoV-2 - Cantidad de empleados que obtuvieron resultados positivos en rondas de pruebas anteriores - La experiencia relevante con brotes en el lugar de trabajo
	7. Indique protocolos de seguridad para el envasado de productos	Los protocolos indicados por la empresa se corresponden en la totalidad a los protocolos de seguridad recomendados. *1. Se deben observar todas las medidas de seguridad alimentaria durante la preparación de los alimentos, incluyendo el uso de mascarillas y guantes al manipular y preparar alimentos, lavado frecuente de manos y sanitización de superficies que entren en contacto con alimentos, así como dispositivos y utensilios empleados para su preparación. Estos procedimientos se deben realizar al menos una vez cada 60 minutos.* *2. Las áreas destinadas a la preparación de alimentos deben estar aisladas y separadas de las zonas de entrega de los repartidores.* *3. Una vez preparado el pedido, debe ser sellado correctamente (con estampillas adhesivas o grapas, por ejemplo)* *4. Se deben habilitar medios para el lavado y/o sanitización de manos para los repartidores, ya sean baños o expendedores de gel antibacterial. Antes de recibir un pedido para distribución, debe ser obligatorio el lavado o desinfección de manos de repartidores.* *5. El pedido preparado y sellado, será depositado para su recolección en una zona exclusiva para este uso, separada al menos dos metros del resto de áreas de trabajo del personal, y que será limpiada y desinfectada frecuentemente a lo largo del día.* [14]
	8. ¿Cuáles son los protocolos que se realizan con el personal y productos alimenticios	Los protocolos indicados por la empresa se corresponden en la totalidad a los protocolos de seguridad recomendados por la autoridad sanitaria competente con relación al tratamiento del personal contagiado y de los productos alimenticios contaminados. Respecto al tratamiento del personal contagiado:

[33] Página web, visitada el 21.12.2021. Link directo: https://espanol.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/community/organizations/testing-non-healthcare-workplaces.html, Guía interina para la realización de pruebas de detección del SARS-CoV-2 en lugares de trabajo que no prestan servicios de salud, Frecuencia de la realización de pruebas de evaluación.

Ítem	Preguntas	Escenario Ideal
	de consumo inmediato si se encuentran casos positivos de COVID-19?	*Las personas diagnosticadas con COVID-19, deben cumplir un aislamiento de acuerdo con los siguientes criterios:* *a. Si el paciente presenta síntomas, el aislamiento será por 11 días desde la fecha de inicio de los síntomas.* *b. Si el paciente no presenta síntomas, el aislamiento será por 11 días desde la fecha de toma de muestra del examen que identificó la infección.* *Las personas que se hayan realizado el test RT-PCR para determinar la presencia de COVID-19, deben cumplir un aislamiento hasta que les sea notificado el resultado.*[15] Respecto a los productos alimenticios: Si bien, **no hay evidencia que sugiera que la manipulación o el consumo de alimentos esté asociada al COVID-19**[¡Error! Marcador no definido.]. Se sugiere seguir las directrices de seguridad de los alimentos al manipular y lavar productos frescos **¡Error! Marcador no definido.**
Sobre las medidas sanitarias que realiza para asegurar la protección de repartidores	**9. Indique el número de pruebas PCR, antígenos y/o serológicos llevadas a cabo para detectar casos de Covid-19 en los repartidores asociados al servicio. Indique la periodicidad, y los criterios para proceder en la realización de la prueba.**	A través de la estrategia de realizar pruebas PCR, antígenos y/o serológicos, se sustentan tres objetivos centrales: 1. Identificar personas contagiantes de SARS-CoV-2 mediante testeo rápidos y con respuesta oportuna. 2. Investigar casos para identificar contactos e incorporar elementos de trazabilidad retrospectiva, para monitorear sus síntomas y para conectar a los casos con tratamiento en función de necesidad y con recursos para aislamiento seguro[34]. Para seleccionar el criterio para proceder en la realización de la prueba, se debe seleccionar una población objetiva, vale decir, qué trabajadores se les realizará la BAC. La metodología va a definir qué criterios se utilizarán para seleccionarlos, estos pueden ser; - Que no presente síntomas. - Que no haya tenido covid-19 en los últimos 3 meses[35]. La periodicidad va a depender de varios factores, entre ellos, la cantidad de personas de cada empresa, la cantidad de personas contagiadas en la empresa en el último tiempo (% de personas con licencia por Covid-19), entre otros.
	10. Indique los elementos de protección individual que proporciona a repartidores, referente a cuidados sanitarios.	Proporcionar todos los elementos de protección individual requeridos por los repartidores de acuerdo con las recomendaciones de la autoridad sanitaria. Elementos recomendados[36]: 1. M*ascarillas* *2. Desinfectante líquido* *3. Toalla nova o paño absorbente* *4. Alcohol gel* *5. Instructivos detallados para su uso.*

[34] Estrategia de testeo, trazabilidad y aislamiento, Link descarga: https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2021/03/GUIA_ESTRATEGIA_TTA.pdf

[35] Guía para implementar búsqueda activa de casos, Link: https://coronavirus.achs.cl/docs/default-source/default-document-library/gu%C3%ADa-para-implementar-b%C3%BAsqueda-activa-de-casos.pdf?sfvrsn=7887255f_2

[36] (Gobierno de Chile, s.f.) [PROTOCOLO DE MANEJO Y PREVENCIÓN ANTE COVID-19 PARA PRESTADORES DE SERVICIOS EN EMPRESAS DE CORREOS Y DESPACHO A DOMICILIO, pág. 4], Link Descarga: https://s3.amazonaws.com/gobcl-prod/public_files/Campa%C3%B1as/Corona-Virus/documentos/paso-a-paso/protocolo-correos-y-despachos-a-domicilio-v3.pdf

Ítem	Preguntas	Escenario Ideal
	11. Informe el protocolo para el desecho de los elementos de protección individual ya utilizados por el repartidor.	El protocolo de desecho de elementos de protección individual informado corresponde con el protocolo indicado por la autoridad sanitaria y la OMS. Desechar la mascarilla de uso único en contenedores cerrados. [37]
	12. Informe detalladamente el protocolo a seguir si se reporta un caso positivo de Covid-19 por parte de un repartidor o trabajador. Refiérase a trazabilidad, aislamiento, protección u otros.	Las personas diagnosticadas con COVID-19, deben cumplir un aislamiento de acuerdo con los siguientes criterios [15]: a. Si el paciente presenta síntomas, el aislamiento será por 11 días desde la fecha de inicio de los síntomas. b. Si el paciente no presenta síntomas, el aislamiento será por 11 días desde la fecha de toma de muestra del examen que identificó la infección. Las personas que se hayan realizado el test RT-PCR para determinar la presencia de COVID-19, deben cumplir un aislamiento hasta que les sea notificado el resultado. Con respecto a la trazabilidad y aislamiento, Chile definió que todos los casos sospechosos de Covid-19, deben ser notificados en forma obligatoria e inmediata a la Unidad de Epidemiología de la SEREMI de Salud respectiva y al MINSAL, a través del formulario específico en la plataforma EPIVIGILA, siguiendo los pasos del protocolo de coordinación para acciones de vigilancia epidemiológica durante la pandemia covid-19 en chile: estrategia nacional de testeo, trazabilidad y aislamiento[38]
	13. Indique si se realiza verificación de documento para personal de delivery.	Se considera como escenario ideal en este punto, el siguiente tipo de información: 1. Verificar que la persona corresponda con el titular de la cuenta en la aplicación mediante verificación de su identidad con documento pertinente. 2. Verificar que su sistema de vacunación esté completo. 3. Comprobar que la entrega se realiza mediante transporte privado y si la entrega es realizada mediante vehículo motorizado, verificar la vigencia del SOAP, licencia de conducir, papeles de antecedentes, etc.[39]
Sobre las medidas sanitarias con relación a los estableci	**14. Si realiza controles de temperatura al ingreso del establecimiento**	Realizar controles de temperatura corporal y/o revisión visual del estado general de salud a todas las personas que ingresan al lugar. En caso de presentar síntomas, prohibir su ingreso[40].

[37] Recomendaciones sobre el uso de mascarillas en el contexto de la COVID-19, Link descarga: https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/332657/WHO-2019-nCov-IPC_Masks-2020.4-spa.pdf

[38] Protocolo de coordinación para acciones de vigilancia epidemiológica durante la pandemia covid-19 en chile: estrategia nacional de testeo, trazabilidad y aislamiento, Link descarga: https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2020/07/Estrategia-Testeo-Trazabilidad-y-Aislamiento.pdf

[39] Información Levantada a través de reuniones Sernac-la Mancomunal, asociación de Repartidores de Aplicaciones.

[40] (Gobierno de Chile, s.f.) [PROTOCOLO DE MANEJO Y PREVENCIÓN EN CENTROS DE DISTRIBUCIÓN, BODEGAS, TIENDAS Y OTROS LUGARES QUE CUMPLAN FUNCIONES DE ALMACENAJE DE BIENES, pág. 4], Link descarga: https://s3.amazonaws.com/gobcl-prod/public_files/Campa%C3%B1as/Corona-Virus/documentos/paso-a-paso/protocolo-bodegas-v3.pdf

Ítem	Preguntas	Escenario Ideal
mientos asociados (en caso de aplicar responda: SI/NO):	**15. Si dispone de elementos para la sanitización de manos**	Facilitar los implementos necesarios para el lavado de manos frecuente con agua y jabón y/o disponer de alcohol o alcohol gel permanentemente [20].
	16. Si proporciona mascarillas higiénicas a repartidores	Proporcionar todos los elementos de protección individual requeridos por los repartidores de acuerdo con las recomendaciones de la autoridad sanitaria. Elementos recomendados: "mascarillas, desinfectante líquido toalla nova o paño absorbente, alcohol gel y dispensador, además instructivos detallados para su uso".
	17. Si proporciona mascarillas higiénicas a otros trabajadores	Entregar mascarillas de protección personal para traslado en medios de transporte públicos" y "Entregar al personal mascarillas y otros elementos de protección para uso en el establecimiento, distintos a aquellos que utilicen para su traslado [20].
	18. Si prefiere empaques de cierto material, indique cuáles	Prefiere empaques de material poroso, como cartón, papel o material vegetal[41].
	19. Si solicita medidas especiales para la preparación de alimentos. En caso de aplicar, informe detalladamente.	1. Se deben observar todas las medidas de seguridad alimentaria durante la preparación de los alimentos, incluyendo el uso de mascarillas y guantes al manipular y preparar alimentos, lavado frecuente de manos y sanitización de superficies que entren en contacto con alimentos, así como dispositivos y utensilios empleados para su preparación. Estos procedimientos se deben realizar al menos una vez cada 60 minutos. 2. Las áreas destinadas a la preparación de alimentos deben estar aisladas y separadas de las zonas de entrega de los repartidores. 3. Una vez preparado el pedido, debe ser sellado correctamente (con estampillas adhesivas o grapas, por ejemplo) 4. Se deben habilitar medios para el lavado y/o sanitización de manos para los repartidores, ya sean baños o expendedores de gel antibacterial. Antes de recibir un pedido para distribución, debe ser obligatorio el lavado o desinfección de manos de repartidores. 5. El pedido preparado y sellado, será depositado para su recolección en una zona exclusiva para este uso, separada al menos dos metros del resto de áreas de trabajo del personal, y que será limpiada y desinfectada frecuentemente a lo largo del día. [14]

[41] (Gobierno de Chile, s.f.) [PROTOCOLO DE MANEJO Y PREVENCION ANTE COVID-19 PARA PRESTADORES DE SERVICIOS EN EMPRESAS DE CORREOS Y DESPACHO A DOMICILIO, pág. 4], Link descarga: https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2020/03/Protocolo-Sanitario-para-Prestadores-de-Servicios-en-Empresas-de-Correos-y-Despacho-a-Domicilio-27.03.2020.pdf

Ítem	Preguntas	Escenario Ideal
	20. Informe sobre medidas de distancia social, refiérase a: aforos, distancia física, lugares de espera de repartidores.	Las medidas sobre distanciamiento social y aforo en los locales corresponden a los recomendados por la autoridad sanitaria. Todos los recintos cerrados que atiendan público deberán señalizar: 1. Información sobre el aforo máximo permitido (no puede haber más de una persona por cada 10 m cuadrados); información que recuerde el distanciamiento físico mínimo que se debe respetar al interior del recinto.[42] 2. Demarcar separación de un metro de distancia delante de los mesones de atención y cajas de pago. Instalar barreras físicas que impidan el paso de gotitas, como láminas de plástico, entre el personal que atiende y el público. 3. En caso de pagar con tarjeta, limpiar el POS frecuentemente. En caso de pago con efectivo, lavar las manos después de recibir el dinero y entregar el vuelto[22].
	21. Protocolo de recepción de insumos básicos (indique si realiza sanitización y en qué condiciones).	El protocolo indicado corresponde en su totalidad con el protocolo recomendado por la autoridad sanitaria respecto a tener una interacción con medidas preventivas. *En lo posible, tomar temperatura con termómetro infrarrojo y/o hacer revisión visual de estado de salud de los proveedores y solicitar la declaración de estado de salud, la que podrá ser enviada por medios electrónicos o ser llenada a la llegada del proveedor*. *De ser necesario, establecer un punto de ingreso para proveedores y horas de entrega escalonadas para evitar aforos.* *Este punto de ingreso se sanitizará y desinfectará frecuentemente [22].*
	22. Indique si conoce protocolos de seguridad de los proveedores.	Conocer todos los protocolos de seguridad de los proveedores mediante declaración jurada solicitada a las empresas [21].
Sobre las medidas sanitarias referidas al transporte del producto	**23. Indique si realiza capacitaciones a los repartidores sobre medidas sanitarias para asegurar su protección y la de los consumidores. Informe detalladamente en qué consisten, por cuáles medios se realiza u**	Realizar capacitaciones a los repartidores sobre recomendaciones establecidas por la autoridad competente respecto a medidas sanitarias mínimas requeridas. No es relevante el medio por el cual se realiza, si efectivamente se realiza, pero preferentemente alternativas que disminuyan las posibilidades de contagio.

[42] (Gobierno de Chile, s.f.) [PROTOCOLO DE MANEJO Y PREVENCION ANTE COVID-19 PARA ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO DE BIENES Y SERVICIOS, pág. 3, 4 y 5], link descarga: https://cdn.digital.gob.cl/public_files/Campa%C3%B1as/Corona-Virus/documentos/paso-a-paso/Protocolo-comercio-y-bienes-de-servicio.pdf

Ítem	Preguntas	Escenario Ideal
	otra información atingente.	
	24. Indique si presenta protocolos especiales para repartidores que se trasladen por medio del transporte público. Informe en caso de aplicar.	Solo se podrán utilizar medios de transporte privado, utilizados por una sola persona [21]
	25. Indique medidas y protocolos para asegurar la inocuidad de los productos, y del servicio entregado. Refiérase a mantención la de temperatura en mochilas térmicas, sanitización y control sobre estas.	Los protocolos indicados por la empresa deben corresponder a la totalidad a los protocolos de seguridad recomendados. Se deben observar todas las medidas de seguridad durante el transporte del producto, incluyendo el uso de mascarillas y guantes al manipular los productos, lavado frecuente de manos y sanitización de superficies que entren en contacto con uno de ellos, así como dispositivos y utensilios empleados para el transporte, vale decir, Los repartidores deben desinfectar sus elementos de reparto (bolsas, cajones, mochilas, cascos, guantes, etc.) luego de cada entrega y antes de comenzar y después de finalizar sus actividades. El casco, guantes y todos los equipos que utilice el repartidor, deben ser de uso exclusivo, no deben realizarse intercambios de elementos de reparto entre distintas personas. Los vehículos de reparto deben ser desinfectados luego de cada entrega, específicamente en la zona en que se depositan los pedidos para su transporte, el volante y cualquier otra superficie que deba ser manipulada por el conductor durante el reparto. [43].
Sobre las medidas sanitarias de la correcta entrega del producto	**26. Indique el porcentaje de ventas realizadas según métodos de pago, ya sea: efectivo, tarjeta de crédito, tarjeta de débito u otros. Indique si es posible el pago electrónico de propinas.**	Indicar el porcentaje de ventas realizadas según los diversos métodos de pago disponible de la empresa en un archivo Excel[44]. Se recomienda que las empresas habiliten, si aún no disponen de ello, el pago online a través de la web, app propia o app de plataforma de reparto asociada para evitar que los pedidos se paguen en efectivo o con tarjeta en el momento de la entrega, aun cuando siempre debe darse la posibilidad del pago en efectivo. Si se desea aportar propina al repartidor, se recomendará a los usuarios que se realice de manera electrónica a través de las aplicaciones/web que se hayan habilitado, para reducir las posibilidades de contacto entre usuario y repartidor [23].
	27. Indique si posee una política de	Establecer un mecanismo de comunicación de información positiva para empleados, clientes y proveedores, creando imágenes, infografías y/o documentos de comunicación estandarizados (recomendaciones autoridad

[43] GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS DE SEGURIDAD E HIGIENE PARA LA DISTRIBUCIÓN RÁPIDA DE COMIDAS PREPARADAS BAJO LA CONTINGENCIA DEL CORONAVIRUS, Link descarga: https://www.ccs.cl/wp-content/uploads/2020/06/Guia-Buenas-Pr%C3%A1cticas-Delivery.pdf

[44] Este ítem es exclusivamente para fines internos del Servicio, a fin de dimensionar la cobertura, tamaño y potenciales consumidores involucrados.

Ítem	Preguntas	Escenario Ideal
	difusión de recomendaciones sanitarias para el consumidor, refiérase a: información desplegada en plataformas web o aplicaciones.	sanitaria). Es necesario mantener una comunicación fluida de recomendaciones sanitarias, tanto con el personal interno (empleados) como con los consumidores, así como reforzar los servicios de atención al cliente. De esta forma se evitará que se produzca una opinión pública negativa del autocuidado. Al mismo tiempo, el sistema de información establecido en c/u de la empresa debe utilizarse para recopilar, transmitir y analizar la información sobre epidemias y emitir avisos de riesgo inmediatos.

Fuente: SERNAC, 2022. Elaboración propia.

14.1. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LAS RESPUESTAS DE LAS EMPRESAS:

En este apartado se realiza un análisis de la dimensión v/s el comportamiento o escenario ideal planteado como un todo, cada una de las conclusiones se extrajeron de la información homogénea y/o heterogénea entregada en las respuestas de las empresas al cuestionario u oficio.

DIMENSIÓN	ANÁLISIS
Dimensión 1 **Sobre el personal que manipula los productos**	Las empresas **Cencosud S.A, Mercado Libre y Telemercados dan cuenta de una política de Búsqueda Activa de Casos COVID-19 (BAC).** La frecuencia se ajusta al escenario ideal planteado en los tres casos. Más aún, se extienden en su respuesta, dando un detalle de cada uno de los protocolos, por lo que queda de manifiesto una rigurosidad en la calidad y seguridad de productos al mencionar y describir cada uno de los protocolos de seguridad en el ítem manipulación, cumpliendo protocolos como el uso de mascarillas, cotonas, cofia, guates y alcohol gel, junto con una sanitización continua de las manos de los empleados a la hora de manipular los productos, la sanitización de los utensilios utilizados y del lugar de trabajo, lo que se ajusta al escenario ideal de buenas prácticas definido anteriormente**.** Quedando de manifiesto la responsabilidad por parte de estas empresas hacia sus trabajadores y clientes (consumidores). Si bien, **Mercado Libre** informa que, en la mayor parte de los casos, los trabajadores no participan en la "manipulación", "envasado", "transporte" y "entrega" de los productos que se ofrecen en el Sitio Web (plataforma), ya que estas acciones corresponden principalmente a los usuarios vendedores y a las empresas de logística y reparto que los transportan. Sólo en algunos casos, el empaque de productos se realiza por su personal. Esto sucede cuando el usuario vendedor decide utilizar los servicios de **Mercado Envíos Full**. Por el contrario, las empresas digitales **Rappi, Cornershop, Getjusto y Uber Eats** actúan como mediadoras de los servicios que los proveedores prestan a los consumidores**,** afirmando que no realizan pruebas de detección del SARS-CoV-2 PCR a su personal, vale decir, no cuenta con política de Búsqueda Activa de Casos COVID-19 (BAC), ya que los repartidores **no tienen vínculo laboral**, por lo que es de su propio cargo el cumplimiento de las medidas sanitarias determinadas por la autoridad. **No otorgan normas de protección básicas a los trabajadores**, puesto que estos son "contratados" como trabajadores

DIMENSIÓN	ANÁLISIS
	independientes. Sólo se indica que se les hace hincapié a que si dan positivo de Covid-19, deben guardar cuarentena. Vale decir, no existe un seguimiento por parte de la empresa para con sus trabajadores a fin de resguardar a los consumidores. Por lo tanto, la situación actual suscita preguntas sobre **los niveles de protección que deberían proporcionarse a los trabajadores colaborativos** (EPP básicos: mascarillas, guantes, alcohol gel, entre otros), en especial en la pandemia, lo que puede repercutir en la seguridad y calidad del producto recepcionado por el consumidor final. Las empresas afirman que el personal no manipula productos, vale decir, su personal sólo se dedica a reparto (delivery) a través de sus aplicaciones, por lo que hacen mención a que todo producto alimenticio de consumo inmediato que sea recibido por parte del repartidor debe venir debidamente sellado (con estampillas adhesivas o grapas), y depositado para su recolección en una zona exclusiva para este uso. Sin embargo, las empresas en su respuesta no hacen alusión a la exigencia que deben de hacer los repartidores hacia las empresas de comida, en caso de que algún alimento se entregue indebidamente (Sellado defectuoso). No indicando ningún protocolo para la recepción y manipulación de los productos.
Dimensión 2 **Sobre el personal que envasa productos (Solo si aplica)**	En la mayoría de los casos, las empresas de delivery no se encargan de envasar productos, por lo tanto, esta sección no les es aplicable. En cuanto a los protocolos para el resguardo del personal que envasa los productos, estos van a depender exclusivamente de las empresas que manipulen/envasen los alimentos/abarrotes en cada local comercial. Para esta dimensión, **Telemercados** da cuenta que, en la dimensión de envasado de productos, se cumplen las mismas medidas y procedimientos a seguir para la realización de búsquedas activas de casos (BAC), las cuales, permiten testear de manera preventiva al personal. En cuanto a la frecuencia, si dos colaboradores arrojan resultado positivo en los últimos 10 días, se realiza examen a la totalidad de los colaboradores. Por lo que esta empresa se ajusta al escenario ideal. Los protocolos adjuntados por la empresa establecen las medidas para la prevención de la enfermedad por COVID-19 y resguardo de la salud de todos los trabajadores que desempeñan funciones en las instalaciones sean estos trabajadores propios, contratistas, subcontratistas o externos, todo en cumplimiento de la normativa vigente y referida al escenario ideal planteado. Por el contrario, para las empresas **Rappi, Cornershop, Uber Eats, Getjusto y Cencosud** el Personal no envasa productos. Las plataformas sólo conectan restaurantes, repartidores y usuarios finales, por lo que esta dimensión no aplica al modelo de estas empresas. **Mercado Libre** no participan en el envasado, transporte y entrega de los productos que se ofrecen en el Sitio Web, sino que estas acciones corresponden principalmente a los *usuarios vendedores y a las empresas de logística y reparto que los transportan.* (No aplica)
	Con respecto a la empresa T**elemercados,** esta realiza test serológicos, entrega guantes y mascarillas constantemente a sus trabajadores. Además, adjunta información de protocolo de desechos instruyendo a sus empleados y detalla el protocolo a seguir en caso de detectar un caso, ajustándose al escenario ideal propuesto; a) Comunicar inmediatamente a jefatura, debiendo cumplir con todas las indicaciones médicas (Cuarentena), en paralelo enviar licencia médica y no regresar a la instalación hasta recibir el alta respectiva. b) Deberá llevar a cabo un programa de limpieza y desinfección del local con el

DIMENSIÓN	ANÁLISIS
	soporte del área de Calidad inmediatamente. c) En caso de que la autoridad sanitaria tome contacto, deberá entregar todas las facilidades requeridas e implementar todas las medidas e instrucciones indicadas de manera inmediata. Y Comunicar esta circunstancia inmediatamente a jefatura y a prevención de riesgos.
Dimensión 3 **Sobre las medidas sanitarias que realiza para asegurar la protección de repartidores**	**Además, la empresa menciona que** verifica la identidad y documentación que acredite que la persona trabaja en aplicaciones externas. Por el contrario, **Cencosud S.A** desconoce las medidas sanitarias relacionadas a la seguridad de los repartidores al indicar que estos no son colaboradores internos de la empresa, por lo tanto, las consultas formuladas bajo este título **no aplicarían** a la empresa. Importante mencionar, que, a **la hora de interactuar con estos, la empresa informa que hace entrega de los pedidos sanitizados.** La empresa **Rappi y Getjusto,** hace hincapié en la **no existencia de vínculo laboral con Justo, por lo que "no tiene la obligación de entrega elementos de protección personal a los repartidores.** Además, para Getjusto tampoco existiría la obligación de tener un protocolo de seguridad si se reporta un caso de COVID-19", no existiendo ningún tipo de seguimiento por parte de las empresa, hacia la persona afectada. Si para Rappi, este sólo **se refiere sólo a aislamiento, período de cuarentena**, junto con solicitar la documentación pertinente que corrobore el estado del repartidor (licencia, test). Los repartidores deben informar su estado a soporte o personal de Rappi -vía remota- (por Covid), y se le deja fuera del sistema por 14 días. El único protocolo realizado es **la verificación de la identidad y documentación que acredite que la persona puede cumplir su labor** lo que concuerda con lo mencionado en el escenario ideal. Con respecto a **Cornershop**, las medidas de sanitarias aplicadas para asegurar la protección de los repartidores, la entidad indica que se **le hace entrega de mascarillas y alcohol en spray a sus repartidores.** La empresa cumple con protocolo si se reporta un caso positivo de Covid-19 por parte de un repartidor o trabajador, de acuerdo a resolución exenta 644, 2021. **NO se menciona cuantas mascarillas se les facilita por día/mes** a razón de la vida útil que posee c/u de ellas. Acorde a la información entregada, por **Uber Eats**, esta empresa no clarifica las medidas sanitarias que toman para poder asegurar la protección de los repartidores. Si bien, la empresa no proporciona EPP, esta menciona que realiza reembolsos por un monto máximo de $8.000 pesos chilenos, por gastos relacionados a la compra de mascarillas y alcohol gel. Del mismo modo no existe un protocolo que clarifique los pasos a seguir en caso de que exista algún caso positivo a COVID-19, **simplemente se hace referencia a asistencias económicas hacia el afectado.** Por otro lado, **solo la primera vez** en la que se inicia sesión como repartidor se corrobora la identidad de este **mediante una verificación facial adicional al ingresar a la aplicación, aparte de documentos de carácter legal que se presentan previamente, tales como:** documentos que acrediten su identidad, además de su licencia de conducir en caso de ser aplicable y certificado de antecedentes penales. Por último, **Mercado Libre** contrata a terceros para el reparto de productos, **haciendo mención a que solo puede proponer buenas prácticas de cuidado hacia los repartidores**, **del transporte del producto y de la entrega de esto**, pero no puede asegurar que estas se cumplan, dado que está fuera de su control.

DIMENSIÓN	ANÁLISIS
Dimensión 4 **Sobre las medidas sanitarias en relación a los establecimientos asociados (en caso de aplicar responda: SI/NO):**	Las empresas **Cencosud, Telemercados y Rappi**, se ajustan a los protocolos de: *1) Manejo y prevención en centros de distribución, bodegas, tiendas y otros lugares que cumplan funciones de almacenaje de bienes.* *2) Manejo y prevención ante covid-19 para prestadores de servicios en empresas de correos y despacho a domicilio.* *3) Manejo y prevención ante covid-19 para establecimientos de comercio de bienes y servicios.* Por lo tanto, **cumplen con el escenario ideal propuesto.** **Sólo la empresa TELEMERCADOS indica que conoce los protocolos de seguridad de sus proveedores,** además, es la única que solicita medidas especiales para la preparación de alimentos (venta de fiambres y quesos a granel). **Sólo Rappi,** informa el uso de bolsas de papel en sus embalajes, las demás empresas no responden. Por el contrario**, Getjusto, Uber Eats y Cornershop** informan que esta dimensión (4), no es aplicable a su modelo **(No aplica).** Si bien, en su página web se mencionan los establecimientos asociados a sus empresas, no informa las medidas sanitarias, controles de Temperatura, disposición de elementos para sanitización y/o protocolos **generales** establecidas por ellos. **Lo que puede atribuirse a una falta de comunicación entre ambas partes.** Con respecto al protocolo de recepción de los insumos, este se ajusta al "*protocolo de manejo y prevención ante covid-19 para establecimientos de comercio de bienes y servicios"* mencionado en el ítem escenario ideal. Sólo **Cornershop**, menciona conocer los protocolos de seguridad de sus proveedores e informa el uso de bolsas de papel en sus embalajes, las demás empresas no responden. Por último, la empresa informa que esta dimensión no es aplicable al modelo de Mercado Libre, por no poseer establecimientos asociados.
Dimensión 5 **Sobre las medidas sanitarias referidas al transporte del producto**	En base a la información sanitaria relacionada con el transporte de productos en **Telemercados**, no hay información clara relacionada a capacitaciones o protocolos, simplemente se indica el uso de mascarillas, alcohol gel y el lavado de manos. La empresa utiliza medios de transporte privado, utilizados por una sola persona, ajustándose al escenario ideal propuesto. Con respecto a la información entregada por **Cencosud**, **NO se indica si efectivamente realiza capacitaciones a los repartidores sobre medidas sanitarias.** Pero a través de sus páginas web, posee protocolos especiales (protocolo entrega de pedidos) para repartidores que se trasladen por diferentes medios de transporte que se ajustan al escenario ideal. La empresa **asegura la inocuidad de los productos y del servicio entregado**, sus repartidores internos almacenan la mercadería en cooler con ice pack para productos congelados, llevando control de las temperaturas de los productos almacenados en cámaras de refrigeración y congelación para que no pierdan la cadena de frío. Esta regla aplica a congelados, helados, hielo, pollo y carnes. Además, se identifica el carro con un banderín para que el encargado de despacho de prioridad (Max 20 min). Con respecto a La empresa **Getjusto**, esta informa que esta dimensión de preguntas no le es aplicable. **Pero en realidad sí debería aplicar dado que**

DIMENSIÓN	ANÁLISIS
	Justo Drivers es parte del servicio de Getjusto. La empresa NO responde las consultas realizadas en la Dimensión 5. Por otro lado, **Cornershop** realiza capacitaciones constantes a los repartidores sobre medidas sanitarias a seguir previo, durante y posterior al realizar pedidos, con el objeto de asegurar su protección y la de los consumidores. Se utilizan medios de transporte privado, utilizados por una sola persona, ajustándose al escenario ideal propuesto. El protocolo mencionado para asegurar la inocuidad de los alimentos se ajusta a la *GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS DE SEGURIDAD E HIGIENE PARA LA DISTRIBUCIÓN RÁPIDA DE COMIDAS PREPARADAS BAJO LA CONTINGENCIA DEL CORONAVIRUS* mencionado en el escenario ideal. **Uber Eats**, respecto a las medidas sanitarias referentes al transporte del producto, dado que los repartidores son "prestadores de servicios Uber Eats", la empresa **no realizar capacitaciones**, pero de forma voluntaria entrega información y recomendaciones vía electrónica. Con respecto a protocolos especiales para repartidores que se trasladen por medio del transporte público, este **NO aplica**, debido a que no existe obligación. Asimismo, los repartidores se trasladan por medios privados, tal cual se menciona en el escenario ideal. La empresa no dispone de protocolos para asegurar la inocuidad alimentaria, mencionando que **Rappi** en cambio**,** dispone de un blog con los lineamientos del MINSAL enviando artículos de Blog Soy Rappi 1 vez a la semana para toda la flota. La empresa utiliza medios de transporte privado, utilizados por una sola persona, ajustándose al escenario ideal propuesto. Por lo tanto, no se cuenta con estos protocolos. Estas dos últimas empresas, no informan ni entrega protocolos para asegurar la inocuidad a los productos y del servicio a los repartidores, por ser prestadores de servicio independiente la empresa no está obligada a disponer ningún protocolo. **Mencionando que los responsables de mantener las condiciones de temperatura y sanitización, son exclusivamente los repartidores.** Por último, esta pregunta **no aplica** al modelo de Mercado libre, ya que la empresa actúa como una solución tecnológica de logística entre el usuario vendedor que necesita contratar un servicio de transporte y la empresa de transporte. Sin embargo, sugieren prácticas y cuidados para entregar y recibir los paquetes, por ejemplo, se dispone que, al momento de entregar el paquete, el repartidor debe dejarlo en el suelo, esperando al receptor a dos metros para mantener una distancia segura.
Dimensión 6 **Sobre las medidas sanitarias de la correcta entrega del producto**	Por lo general, las empresas dan cuenta de una política de difusión de recomendaciones sanitarias en sus páginas web y plataformas digitales hacia los consumidores y empleados. Haciendo referencia a protocolo de higiene del despacho a domicilio COVID-19, medidas de distanciamiento social, restricciones de entregas en consejería y puerta del hogar (no es posible subir a los departamentos u oficinas) y desinfección de vehículo e implementos de higiene que mantienen los transportistas, entre otros. **Rappi** además, establece protocolo Entrega CERO CONTACTO (servicio con un protocolo de actuación para la seguridad de empleados y clientes), disponible para los pedidos que se hagan a través de la App. **Uber Eats,** ha implementado la opción "Dejar en la Puerta", que permite a los usuarios seleccionar que el pedido sea entregado sin contacto. Por otro lado, la

DIMENSIÓN	ANÁLISIS
	aplicación de Uber cuenta con tecnología de reconocimiento facial que permite solicitar a todos los usuarios de la plataforma que confirmen mediante una fotografía que están usando una mascarilla facial antes de comenzar un viaje. Por otro lado **Getjusto y Mercado Libre**, se revisan sus páginas web-plataformas digitales y no se **encuentra información sobre políticas de difusión de recomendaciones sanitarias para el consumidor y empleados.**

Fuente: SERNAC, 2022. Elaboración propia.

14.2 CUADRO RESUMEN CUALITATIVO DE RESPUESTAS POR EMPRESA

En este apartado se realiza un análisis cualitativo general por empresa. En la siguiente tabla se hace un resumen de la información entregada por cada una de ellas, en base al cuestionario u oficio enviado.

Empresas	RESUMEN
Telemercados Tu Supermercado en Línea	La empresa realiza exámenes PCR al personal que manipula, envasa y reparte productos (BAC), la frecuencia está dada por la cantidad de contagios, vale decir, si dos colaboradores arrojan resultado positivo en los últimos 10 días, se realiza examen a la totalidad de los colaboradores. Los protocolos de seguridad sanitaria utilizados, ya sean, en la manipulación envasado y reparto de productos, se ajustan al escenario ideal. Entregan las directrices de actuación para la prevención y control de contagio por COVID-19 al interior de sus instalaciones, a fin de proteger la salud de todos los trabajadores propios, contratistas, subcontratistas, et., así mismo, entrega los procedimientos a seguir en el evento que existan trabajadores(as) contagiados(as) o que sean casos sospechosos o identificados como contacto estrecho. Con respecto al número de pruebas PCR, antígenos y/o serológicos la empresa informa realizar ”60 pruebas de test PCR y 130 pruebas Serológicos” aproximadamente. En este caso no se indica la periodicidad. Sobre las medidas sanitarias en relación a los establecimientos asociados, indica que se realizan controles de temperatura, se disponen de elementos como alcohol al 70° para sanitización de manos en varios puntos, se proporcionan a repartidores EPP, tales como: Mascarillas y guantes. A la vez indica realizar verificación de identidad/documento del personal de delivery. La empresa establece medidas de distanciamiento físico seguro para las diferentes áreas de trabajo y espacios comunes como, ingresos y salidas de recintos, casilleros, servicios sanitarios, comedores, entre otros del caso, como las medidas de higiene y sanitización que se deben mantener para evitar posibles contagios de COVID-19. A la vez, indican conocer protocolos de seguridad de sus proveedores. Sobre las medidas sanitarias referidas al transporte del producto, la empresa realiza capacitaciones en torno al "Uso de Mascarillas, Lavado Frecuente Manos Uso de Alcohol Gel, Distanciamiento físico." Sin embargo, no se especifican los medios por los cuales se realizan las capacitaciones.

Calidad y Seguridad de Productos

Empresas	RESUMEN
	Acorde a la información entregada, se puede concluir que supermercados Santa Isabel, Jumbo y el servicio de ventas online Jumbo.cl (Cencosud), cumplen con varías condiciones sanitarías respecto a la manipulación y el envasado de productos. Para esto se realizan exámenes PCR a sus empleados de forma frecuente, aplicando las medidas de cuidado en cada caso, acorde a las determinaciones que tome la autoridad sanitaria, en caso de que exista un caso positivo de COVID-19. También, se cumplen protocolos como el uso de mascarillas, cotonas, cofia, guates y alcohol gel, junto con una sanitización continua de las manos de los empleados a la hora de manipular los productos, la sanitización de los utensilios utilizados y del lugar de trabajo. Por otra parte, se desconocen las medidas sanitarias relacionadas a la seguridad de los repartidores al indicar que estos no son colaboradores internos de esta entidad. A la hora de interactuar con estos, la empresa hace entrega de los pedidos sanitizados, mientras que los repartidores deben utilizar la indumentaria nombrada previamente. Del protocolo de entrega de productos, el repartidor deberá cumplir con las medidas sanitarias correspondientes como el uso de mascarillas, sanitización de los paquetes y la logística para corroborar la entrega del pedido, además, de tomar las medidas necesarias para mantener la cadena de frio, respecto a todos aquellos productos refrigerados. Respecto a los clientes, se han realizado publicaciones con las medidas sanitarias correspondientes, como el lavarse las manos, sanitizar sus productos y limpiar aquellas zonas en las que existió contacto alguno con el paquete enviado. Cabe destacar que se desconoce por el momento si las entidades, hacen controles de temperatura previo ingreso al establecimiento, elementos de sanitización de manos y entrega de mascarillas a los trabajadores y repartidores.
	Por parte de Rappi, en caso de que exista algún caso de COVID-19 en alguno de sus repartidores, solo se hace referencia al periodo de cuarentena que este deberá cumplir, junto con el solicitar la documentación pertinente que corrobore esto. Cabe destacar que la verificación de identidad por parte del repartidor es realizada solamente al momento de crear una cuenta y registrarse. Por otra parte, en referencia a la protección de los repartidores, se indica que el protocolo a seguir referente a los desechos de los elementos de protección a nivel individual corresponde al indicado por el Ministerio de Salud. Referente a las medidas sanitarias con relación a los establecimientos asociados, en estos sí se realizan controles de temperatura y se disponen de elementos para la sanitización de las manos, pero no hay entrega de mascarillas a los repartidores, pero sí a los trabajadores del local. Adicionalmente se hace referencia a que Rappi hace uso solamente de bolsas de papel para empacar los pedidos y se aseguran de cumplir con las medidas de distanciamiento social acorde lo indique la SEREMI de Salud. Respecto a las medidas sanitarias en referencia al transporte del producto, Rappi tiene un blog en el cual se detallan claramente instrucciones respecto a la entrega de los pedidos, como lo es el uso de mascarillas, llevar elementos de sanitización personal, desinfectar su celular, entre otros más.
	Por parte de Cornershop, referente a la manipulación de productos que realizan sus empleados, han indicado que no les realizan exámenes de PCR y que no existe un protocolo de seguridad que haga relación a la manipulación de

Empresas	RESUMEN
Cornershop	productos, siendo la única medida tomada en este punto, el indicarles a los repartidores que en caso de dar positivo a COVID-19, estos deberán cumplir con el periodo de cuarentena y no ejercer esta actividad. Respecto a las medidas de sanidad aplicadas para asegurar la protección de los repartidores, la entidad ha indicado que se les hace entrega de mascarillas y alcohol en spray a sus repartidores, teniendo que hacer un cambio de mascarillas cuando estas cumplan con su tiempo de vida útil. En caso de que el repartidor de positivo a COVID-19, este debe informar de su condición, realizar cuarentena y tomar las medidas preventivas en caso de existir algún contacto estrecho con otro repartidor, una vez se termine el aislamiento y el repartidor este recuperado, este podrá volver a trabajar, siempre y cuando esta información sea verificada con certificados otorgados por una institución médica que acredite la condición del repartidor. Cornershop ha indicado conocer los protocolos de seguridad de sus proveedores. Además, al momento de retirar los pedidos, se le toma la temperatura al repartidor, junto con solicitar su lavado de manos, recalcando que los paquetes a enviar no son sanitizados dado que esto puede dañar el empaquetado de estos. Respecto al transporte del producto, contantemente se les comunica a los repartidores las medidas sanitarias a seguir debido al COVID-19, como lo es el uso de mascarillas, lavarse las manos, etc. Esto se realiza con recordatorios frecuentes tanto presencial como digitalmente. Acorde a la información otorgada, Cornershop otorga una guía a los usuarios con los cuidados y precauciones que deben tener a la hora de recibir sus productos y las condiciones sanitarias mínimas para su cuidado persona, por lo mismo, es que actualmente la totalidad de las ventas acorde a la información entregada han sido realizadas por medios digitales.
mercado libre	Por parte de Mercado Libre, estos tienen interacción con los productos solo en aquellos casos en el que se usen los servicios de Mercado Envíos Full. Para realizar esto se realizan exámenes PCR en búsqueda de posibles contagios, junto con la entrega de información requerida. Como protocolos de seguridad se hace entrega y uso obligatorio en todo momento de mascarillas de tres pliegues las cuales deben ser cambiadas cada cierto tiempo acorde a las condiciones sanitarias establecidas, el uso de lentes y guantes, la sanitización del lugar de trabajo, el lavado de manos mediante el uso de agua y jabón, la implementación dispensadores de alcohol gel, la mantención del metro de distancia entre personas y el cumplimiento de aforos según lo indique la autoridad sanitaria. Cabe destacar que no se ha especificado las acciones a tomar por parte de la empresa en caso de que exista un caso que de positivo a COVID-19. Dado que Mercado Libre, contrata a terceros para el reparto de productos, estos solo pueden proponer buenas prácticas del cuidado de los repartidores, del transporte del producto y de la entrega de esto, pero no se puede asegurar que estas se cumplan, dado que está fuera de su control.
	Acorde a la información entregada, Uber Eats no clarifica las medidas sanitarias que toman para poder asegurar la protección de los repartidores. Por ejemplo, estos hacen referencia a realizar reembolsos por un monto máximo de $8.000 pesos chilenos, por gastos relacionados a la compra de mascarillas y alcohol gel. Del mismo modo no existe un protocolo que clarifique los pasos a seguir en caso de que exista algún caso positivo a COVID-19, simplemente se hace referencia a asistencias económicas hacia el afectado. Por otro lado, solo la primera vez en la que se inicia sesión como repartidor se corrobora la identidad de este mediante una verificación facial adicional, aparte de documentos de carácter legal que se

Empresas	RESUMEN
Uber Eats	presentan previamente. Respecto a las medidas sanitarias referentes al transporte del producto, dado que los repartidores son prestadores de servicios Uber Eats no realiza capacitaciones, pero de forma voluntaria entrega información y recomendaciones vía electrónica. Si nos referimos a las medidas sanitarias a la hora de entregar el producto, poco más del 25% de los pagos han sido realizados en efectivo, implicando la existencia de contacto directamente con el repartidor. Por otra parte, se han aplicado políticas a los usuarios como la opción "Dejar en la Puerta", que permite evitar entrar en contacto con el repartidor. Finalmente, en cuanto a las denuncias recibidas por este servicio, la empresa desconoce si existen reclamos o denuncias relacionadas al COVID-19.
JUSTO	Acorde a la información proporcionada por la empresa Justo, se puede decir que el personal contratado no realiza labores de manipulación de productos ni envasado, por ende, no existen medidas sanitarias que aplicables en estos puntos. Un aspecto para destacar, son las medidas sanitarias dirigidas al contacto de sus repartidores, estos indican que no existe vínculo laboral de estos con Justo, por ende, no aplicaría ninguna medida sanitaría, entrega de elementos de protección de seguridad o protocolos de seguridad de COVID-19. El único protocolo realizado es la verificación de la identidad y documentación que acredite que la persona pueda cumplir la labor. Al igual que antes, tampoco existe información por parte de las medidas ni protocolos sanitarios tomada respecto al transporte del producto hacia el cliente. Respecto a la entrega del producto y las medidas sanitarias, solo 0,2% del total de ventas reportadas hasta el momento son de pago en efectivo, correspondiendo la gran mayoría a pagos mediante tarjetas de débito, crédito y otras billeteras digitales. Además, la misma aplicación móvil incentiva al pago digital para evitar entrar en contacto.

Fuente: SERNAC, 2022. Elaboración propia.

15. ANÁLISIS CUANTITATIVO EN BASE A LAS RESPUESTAS Y ESCENARIO IDEAL PROPUESTO.

Se construyó un nivel de ajuste a partir del total de información válida entregada por las empresas en sus respuestas al oficio fiscalizador, haciendo alusión al escenario ideal por pregunta, en cada una de las secciones (Ver tabla en anexos).

Del total de respuestas recibidas, el **50,8% (96 respuestas) No aplicaría** al modelo de las aplicaciones de delivery, aludiendo principalmente a que las empresas digitales actúan como mediadoras de los servicios que los proveedores prestan a los consumidores (Clientes). Con lo cual, **no estarían obligadas a otorgar normas de protección básicas a los trabajadores, puesto que estos son "contratados" como trabajadores independientes**, haciendo hincapié en que no poseen vínculo laboral con las empresas.

Calidad y Seguridad de Productos

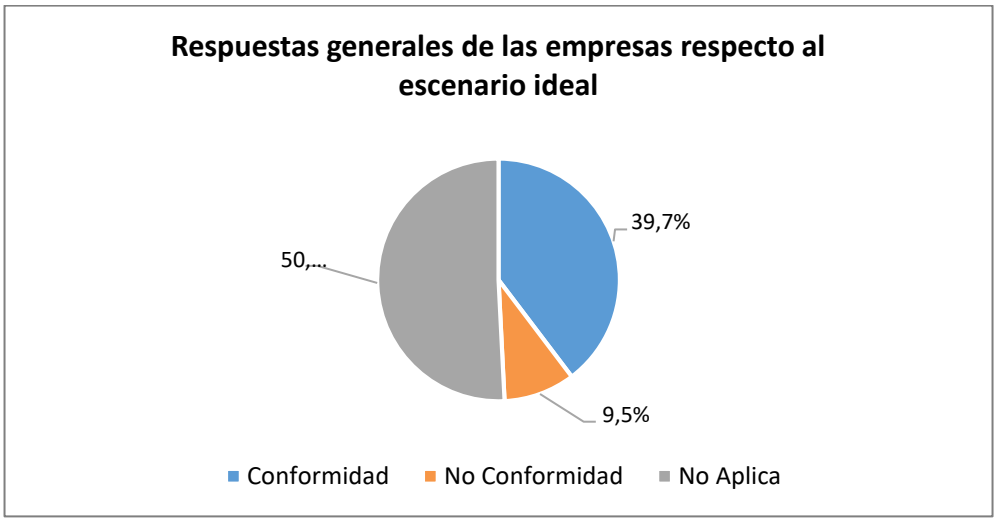
Se deja en claro que las respuestas de las empresas referentes a "No aplica", no presentarían conformidad con el escenario ideal, no ajustándose a lo mencionado en la tabla N°9.

Además, existen empresas en donde el personal no envasa productos, por lo que el resguardo del personal que envasa, va a depender exclusivamente de las empresas que manipulen/envasen los alimentos/abarrotes en cada local comercial, por lo tanto, esta sección no es aplicable en la mayoría de ellas.

Por otra parte, un **39,7% (75 respuestas)** de las respuestas recibidas son "óptimas" en referencia al escenario ideal propuesto, vale decir, se ajustan a lo que se planteó como escenario ideal de buenas prácticas empresariales.

Por otro lado, un **9,5% (18 respuestas)** de las respuestas no se ajustan al escenario ideal propuesto, vale decir, las empresas no entregan la información específica que se solicitó en el oficio.

Gráfico 17. Respuestas generales de las empresas respecto al escenario ideal propuesto



Fuente: Datos provenientes de respuesta proveedores. Elaboración propia.

En el siguiente gráfico, podemos ver la distribución de las respuestas entregadas por las empresas que componen la muestra de datos y sobre las cuales, se realizó la comparación con el escenario ideal referente a las mediadas de cuidado que han tomado estas empresas desde la llegada del COVID-19.

Del gráfico se desprende que Telemercados, es la empresa que más ha cumplido las medidas sanitarias que se plantean en este estudio, puesto que, del total de respuestas entregadas, un 88,9% de estas han estado alineadas con el escenario ideal planteado. Esto significa que la brecha sanitaria que existe entre el escenario ideal y el real es muy baja.

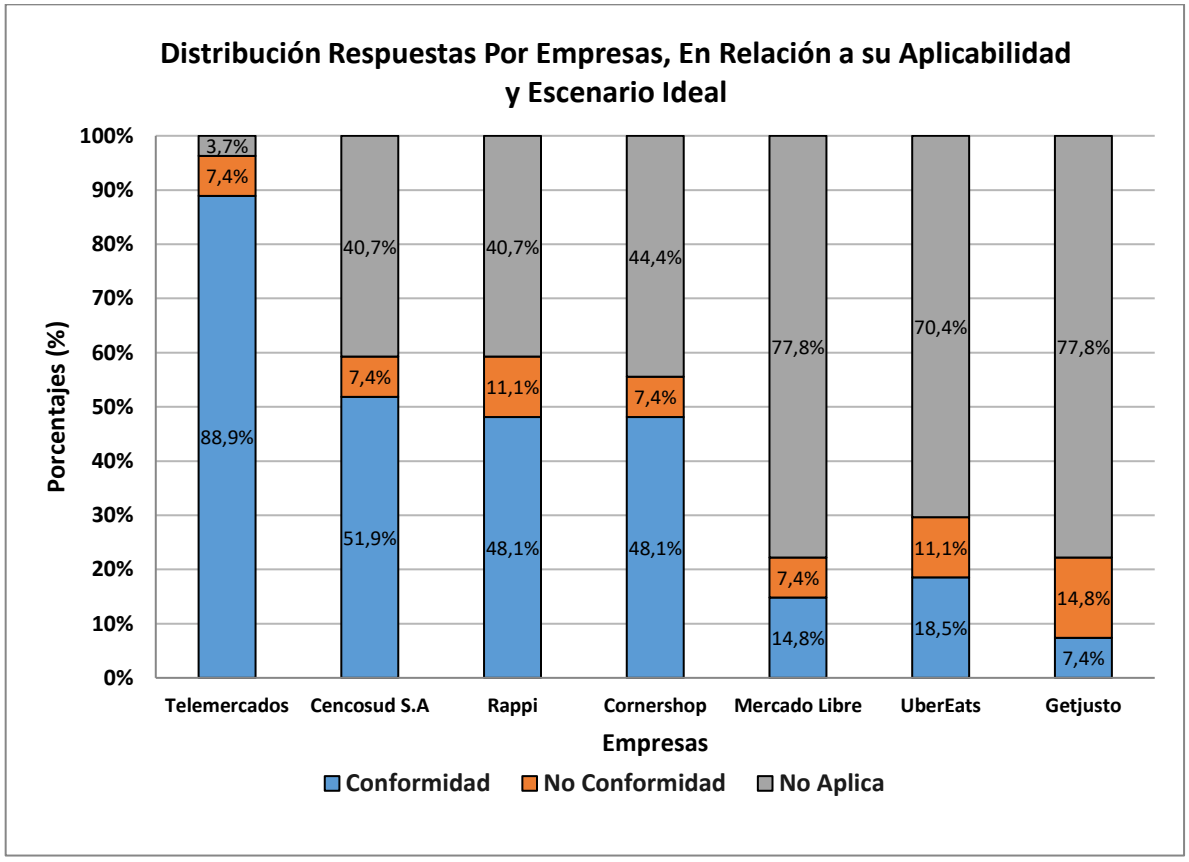
Si seguimos revisando el gráfico, las empresas Cencosud S.A., Rappi y Cornershop son Calidad y Seguridad de Productos

aquellas que le siguen a Telemercados, en base al porcentaje de conformidad presentado. El grupo Cencosud tiene un cumplimiento equivalente al 51,9%, mientras que tanto Rappi y Cornershop, tienen un nivel de conformidad del 48,1%.

Notoriamente vemos que los porcentajes de cumplimiento son mucho más bajos en comparación con el de Telemercados, esto se debe a que en general, más de un 40% de las respuestas entregadas por las tres empresas indican que las preguntas no aplicaban a las actividades que realizaba la empresa.

En gran parte de los casos y considerando que en muchas empresas las respuestas calificaban dentro de la etiqueta "No Aplica", todas estas han presentado un mayor nivel de Ajuste o "Conformidad" que "No Conformidad", siendo Getjusto, la única empresa que rompe esta regla, presentando una mayor brecha sanitaria en comparación con el resto.

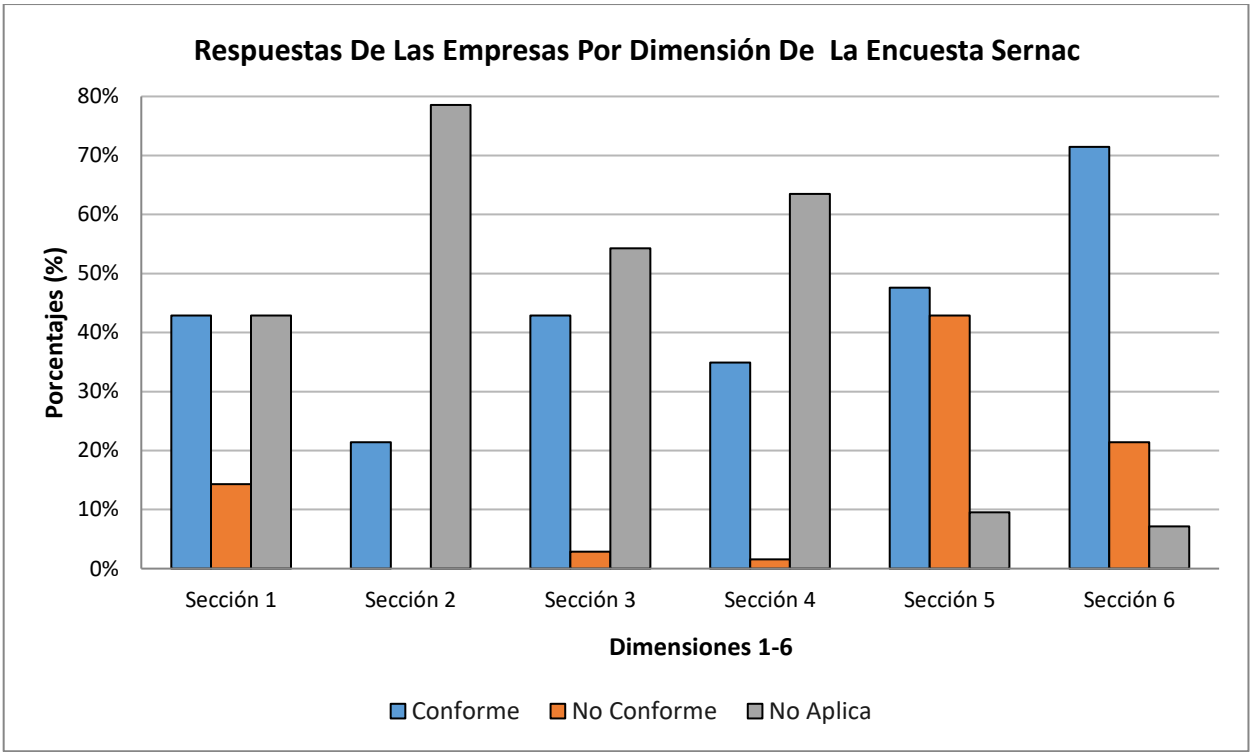
Gráfico 18. Distribución de respuestas por empresas en relación a su aplicabilidad y escenario ideal



Fuente: Datos provenientes de respuesta proveedores. Elaboración propia.

Con respecto a las respuestas por sección, en el siguiente gráfico se puede apreciar que la sección 6, relativa a las medidas sanitarias tomadas por las empresas para asegurar la correcta entrega de los productos, es la que más se acerca al escenario ideal, con un 71,4%, en cambio, la sección 2, sobre el personal que envasa los productos, representa el porcentaje menor, ya que sólo Telemercados, aplicaría en este ítem.

Gráfico 19. Respuestas de las empresas por dimensión de la encuesta Sernac (1-6)



Fuente: Datos provenientes de respuesta proveedores. Elaboración propia. SERNAC, 2022.

16. HALLAZGOS

GENERALES

- Es notoria la diferencia entre las aplicaciones donde los repartidores son empleados directos (como el caso de supermercados), de aquellas donde los repartidores son considerados 'asociados", esto se refleja, por ejemplo, en la entrega o no de elementos de protección personal, protocolos de capacitación, entre otros.

- La mayoría de las empresas digitales actúan como mediadoras del trabajo o los servicios que los proveedores prestan a los clientes, por lo tanto, no otorgan al trabajo realizado normas y elementos de protección básicos a los trabajadores (mascarillas, guantes, alcohol gel, entre otros elementos básicos), no se responsabilizan, puesto que estos son contratados como trabajadores independientes, lo que puede repercutir en la seguridad del consumidor final y calidad del producto solicitado.

- Algunas páginas web, app y redes sociales de las empresas de delivery, optan por no mencionar palabras clave como 'COVID-19', 'pandemia' y 'coronavirus'. Si bien la transparencia y el lenguaje directo en un tono cercano, puede generar la confianza y tranquilidad esperadas, omitir ciertas palabras no necesariamente es una mala práctica.

- La empresa que más destacó respecto a las medidas sanitarias y los protocolos aplicados según escenario ideal de buenas prácticas empresariales, fue ***Telemercados***, quienes, en referencia a la calidad y seguridad del servicio entregado, han cumplido de manera exitosa, la implementación y ejecución de medidas sanitarias. También es menester destacar a ***Cencosud S.A***. y ***Cornershop*** como aquellas empresas con un porcentaje de optimalidad positivo.

- Por el contrario, la empresa Getjusto, debido a su modelo de negocio y/o política interna, obtuvo el porcentaje más bajo de optimalidad. La falta de empatía por parte de la empresa, con respecto al conjunto de medidas sanitarias relacionadas a la seguridad de los repartidores, pueden impactar finalmente en la calidad del producto y en la seguridad de toda la cadena de distribución.[45]

- ***SOBRE EL PERSONAL QUE MANIPULA LOS PRODUCTOS***

- Sólo tres empresas (***Cencosud, Telemercados y Mercado Libre***) cuentan con una política de búsqueda activa de casos (BAC).

- Las empresas ***Cornershop, Rappi y Getjusto***, mencionan que los repartidores son las personas que manipulan los productos, los cuales, al no tener vínculo laboral, es de su propio cargo el cumplimiento de las medidas sanitarias

[45] SEREMI de Salud fiscaliza condiciones de repartidores de delivery, 20.05.2020, La SEREMI Paula Labra destacó: "*Las empresas de delivery tienen la obligación de entregar todas las medidas de seguridad (EPP) y capacitar a sus funcionarios para que conozcan los riesgos y los prevengan*", Link: https://www.adprensa.cl/cronica/seremi-de-salud-fiscaliza-condiciones-de-repartidores-de-delivery/

determinadas por la autoridad.

- El personal de ***Uber Eats*** en cambio, no manipula productos, vale decir, su personal sólo se dedica a reparto (delivery) a través de su aplicación (UberEats), por lo que todo producto alimenticio de consumo inmediato que sea recibido por parte del repartidor, debe venir debidamente sellado (con estampillas adhesivas o grapas), y depositado para su recolección en una zona exclusiva para este uso.

- ***SOBRE EL PERSONAL QUE ENVASA PRODUCTOS***

- En la mayoría de los casos, las empresas de delivery no son las encargadas de envasar productos, sino que sólo los manipulan y reparten.

- Sólo la empresa Telemercados, aplica en esta sección. Empresa que se ajusta a los protocolos sanitarios determinados por la autoridad competente y descrita en el escenario ideal de buenas prácticas empresariales.

- En cuanto a los protocolos para el resguardo del personal que envasa los productos, estos van a depender exclusivamente de las empresas que manipulen/envasen los alimentos/abarrotes en cada local comercial.

- ***SOBRE LAS MEDIDAS SANITARIAS QUE REALIZA PARA ASEGURAR LA PROTECCIÓN DE LOS REPARTIDORES***

- ***Getjusto y Rappi*** desconocen las medidas sanitarias relacionadas a la seguridad de los repartidores al indicar que estos no son colaboradores internos de la empresa, por lo que no es facultativo entregar elementos de protección personal a los repartidores. ***Cencosud S.A***, sin bien, indica que los repartidores no son colaboradores internos de la empresa, mencionar, que, a la hora de interactuar con estos, hace entrega de los pedidos sanitizados.

- ***Cornershop, Telemercados, Mercado Libre***, hacen entregan de mascarillas y alcohol en spray a sus repartidores, a pesar de ser trabajadores "Independientes". Uber Eats en cambio, realiza reembolsos por un monto específico, por gastos relacionados a la compra de mascarillas y alcohol gel.

- Mercado libre, al contratar a terceros para el reparto de productos, sólo propone buenas prácticas de cuidado hacia los repartidores, a través de infografías.

- Existe una falencia respecto a los protocolos realizados por las empresas a los repartidores en referencia a las medidas sanitarias que se deben tomar, tanto para cuidar la salud de sus repartidores, como la de sus clientes o consumidores.

- Casi la totalidad de las empresas realizan la revisión de la documentación de sus repartidores, excepto en aquellos casos donde las compañías externalizan este servicio (***Mercado Libre y Cencosud***).

- ***SOBRE LAS MEDIDAS SANITARIAS EN RELACIÓN A LOS ESTABLECIMIENTOS ASOCIADOS***

  - Las empresas ***Cencosud S.A, Telemercados y Rappi***, cumplen con el escenario ideal propuesto ajustándose a una serie de protocolos recomendados por la autoridad sanitaria y mencionados anteriormente.

  - La empresa ***Telemercados*** conoce los protocolos de seguridad de sus proveedores y es la única que solicita medidas especiales para la preparación de alimentos.

  - Las empresas ***Getjusto, Uber Eats y Cornershop***, si bien, en su página web mencionan los establecimientos asociados a sus empresas, no informa las medidas sanitarias, controles de Temperatura, disposición de elementos para sanitización y/o protocolos generales establecidas por ellos. Lo que puede atribuirse a una falta de comunicación entre ambas partes.

  - Ninguna de las aplicaciones le habla al usuario de las medidas de salubridad en comercios asociados y propios.

- ***SOBRE LAS MEDIDAS SANITARIAS REFERIDAS AL TRANSPORTE DEL PRODUCTO***

  - La mayoría de las empresas tienen el cuidado de que sus repartidores realicen la entrega de sus pedidos en vehículos utilizados por una sola persona, esto implica la limitación de utilizar algún transporte público a la hora de realizar las entregas y, por ende, una reducción del riesgo de contagio por parte del repartidor y de quien recibe el pedido, tal cual, se menciona en el escenario ideal.

  - Existe poca información relacionada con las capacitaciones o protocolos utilizados por las empresas referidos al transporte del producto con el objeto de asegurar la inocuidad alimentaria. En algunos casos, simplemente se indica el uso de mascarillas, alcohol gel y el lavado de manos.

  - ***Cencosud y Cornershop***, informa que aseguran la inocuidad de los productos y del servicio entregado, ajustándose a la guía de buenas prácticas de seguridad e higiene para la distribución rápida de comidas preparadas, bajo la contingencia del coronavirus.

- ***SOBRE LAS MEDIDAS SANITARIAS DE LA CORRECTA ENTREGA DEL PRODUCTO***

  - Son pocas las aplicaciones que establecen protocolos de salud y salubridad con sus repartidores, en beneficio de los consumidores y lo comunican a través de sus plataformas. Las aplicaciones que trabajan en este sentido plantean estos protocolos por iniciativa propia. No mencionan estar siguiendo una normativa o regulación establecida por alguna entidad pública.

- La mayoría de las empresas de aplicaciones, ha tomado la iniciativa de difundir por medio de canales externos (Redes sociales: Facebook, Instagram, entre otras), recomendaciones sanitarias dirigidas a sus clientes en casos como: la elección de medios de pago electrónicos antes que, el pago con dinero físico y medidas sanitarias a la hora de entregar y recibir el pedido, distanciamiento físico, sanitización de los implementos usados en cada pedido, entre otros.

- Mensajes sobre distanciamiento o protocolos de entrega sin contacto son anunciados en la aplicación Cornershop. Sin embargo, se manifiesta la necesidad de mayor interacción con dichos mensajes.

- La app Rappi opta por un ícono llamado 'Prevención', que muestra una imagen de lavado de manos. Éste lleva a un enlace de información del Gobierno Nacional. Si bien existe esta información, cabe mencionar que no se resalta de ninguna manera para el usuario y puede pasar desapercibido.

17. CONCLUSIONES

- En el análisis cualitativo y cuantitativo, se pudo observar y comparar entre las empresas, el cumplimiento de las normas sanitarias recomendadas por la autoridad sectorial y establecida en el escenario ideal, determinando que empresa se ajustaba más al comportamiento ideal propuesto.

- Al mismo tiempo, se determinaron las normas y obligaciones que debían cumplir cada una de las empresas asociadas al rubro delivery, en términos de protección, resguardo e información oportuna de medidas adoptadas para prevenir el Covid-19, tanto hacia su propio personal, como hacia los consumidores que recepcionan el producto final.

- Actualmente nuestro país no cuenta con una regulación que otorgue la calidad de trabajadores a quienes se desempeñan prestando servicios a través de las plataformas digitales. Existe un debate sobre si la plataforma implica una nueva forma de trabajo, y de ello dan cuenta a lo menos **tres proyectos de ley en actual tramitación en el Congreso Nacional**[46]. Estos proyectos tienen en común que buscan mejorar las condiciones de las personas que prestan estos servicios, ya sea entregándoles la calidad de trabajadores, o en su defecto, garantías mínimas para el desarrollo de sus actividades, **lo que sin duda puede repercutir en una mejora en la calidad y seguridad del servicio en su conjunto, y por ende en los consumidores.**

- En la medida en que se garantice la seguridad de toda la cadena y se comunique las medidas de seguridad y calidad del servicio de manera adecuada, los reclamos y preocupaciones de los clientes finales disminuirán y la confianza, credibilidad y reputación con respecto a las empresas de delivery aumentará. En el mismo sentido, empezar a considerar aspectos ligados a la empatía y a la responsabilidad del usuario permiten que las motivaciones de compra se mantengan.

- Con respecto a las empresas: ***McDonald's; Dóminos Pizza; Burger King; Kentucky Foods chile ltda.; Lider.cl; Pedidos ya!; Pizza Pizza; Papa Johns chile y Telepizza S.A***., las cuales, no dieron respuesta al oficio enviado, se evaluarán las acciones a seguir por parte del Servicio.

[46] Protección legal a trabajadores de plataformas digitales. Link: https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/29114/1/Plataformas_digitales._Chile_experiencia_comparada_2020.pdf

18. RECOMENDACIONES GENERALES HACIA LOS CONSUMIDORES Y EMPRESAS

RECOMENDACIONES HACIA LOS CONSUMIDORES

- Los consumidores deben seguir en todo momento las recomendaciones de la autoridad de salud, con respecto al uso de mascarillas, distanciamiento y lavado frecuente de manos al recepcionar un pedido.
- Se recomienda que los consumidores den instrucciones precisas de cómo quieren recibir o recepcionar el pedido, con el fin de que las entregas sean coordinadas, en lo posible, sin contacto.
- Evitar realizar el pago de pedidos con efectivo, sino que realizar el pago de manera online a través de tarjetas de crédito o débito. Si se desea entregar propina, hacerlo vía plataforma, toda vez que sea posible.
- En caso de que el pedido sea un alimento, verificar que venga debidamente sellado, ya sea con estampillas o grapas. No acepte pedidos alimenticios que no estén debidamente sellados por las empresas.
- Después de recibir la orden, los consumidores deberán desinfectar sus manos, teléfono, entre otros.

RECOMENDACIONES HACIA LAS EMPRESAS

Al tomar el pedido

- Se recomienda a las empresas habilitar el pago online a través de la web, app propia o app de plataforma de reparto asociada para evitar que los pedidos se paguen en efectivo o con tarjeta en el momento de la entrega[47].
- Si se desea aportar propina al repartidor, se recomendará a los usuarios que se realice de manera electrónica a través de las aplicaciones/web que se hayan habilitado, para reducir las posibilidades de contacto entre usuario y repartidor.
- Solicitar al cliente instrucciones acerca de la forma y lugar específico en que recibirá el pedido para asegurar la entrega sin contacto.

[47] El efectivo siempre se debe mantener como alternativa (por ley).

Durante la preparación de los alimentos

- Se deben observar todas las medidas de seguridad alimentaria durante la preparación de los alimentos, incluyendo el uso de mascarillas y guantes al manipular y preparar alimentos, lavado frecuente de manos y sanitización de superficies que entren en contacto con alimentos, así como dispositivos y utensilios empleados para su preparación. Estos procedimientos se deben realizar al menos una vez cada 60 minutos.
- Las áreas destinadas a la preparación de alimentos deben estar aisladas y separadas de las zonas de entrega a los repartidores.
- El pedido, una vez preparado, debe ser sellado correctamente.
- Se deben habilitar medios para el lavado y/o sanitización de manos para los repartidores, ya sean baños o expendedores de gel antibacterial. Antes de recibir un pedido para distribución, debe ser obligatorio el lavado o desinfección de manos de los repartidores.
- El pedido preparado y sellado (con estampas adhesivas o grapas, por ejemplo), será depositado para su recolección en una zona exclusiva para ese uso, separada al menos dos metros del resto de áreas de trabajo del personal, y que será limpiada y desinfectada frecuentemente a lo largo del día.
- Los dispositivos electrónicos utilizados para la toma de pedidos deben ser también desinfectados cada una hora al menos.
- Se debe planificar las entregas de manera de evitar excesiva congestión de repartidores a la espera de pedidos, y limitar, si es necesario, la cantidad de nuevas órdenes que se reciben.

<u>Al retirar el pedido por parte del repartidor</u>

- Los restaurantes deben demarcar claramente las distancias de seguridad establecidas tanto entre la zona de recogida y el primer repartidor, como entre repartidores en espera. En todos los casos, las distancias mínimas de separación deben ser de 1,5 metro.
- Para la demarcación se deben utilizar medios inequívocos, ya sean cintas adhesivas o pinturas en el suelo, vallas o cintas de seguridad, conos o cualquier otro elemento que cumpla correctamente con esta función.
- De ser necesario, el local deberá disponer personal para recordar estas medidas y ordenar la espera. En ningún caso se deben tolerar aglomeraciones.
- Se recomienda la disposición visible de carteles informando estas reglas a los repartidores.
- En el momento de la recogida del pedido, los repartidores deben guardar al menos un metro y medio de distancia de seguridad con el personal del restaurante. La entrega debe ser sin contacto.
- Antes de guardar el pedido, el repartidor debe sanitizar el bolso de transporte y verificar que los alimentos están correctamente sellados.
- La gestión de producción y entrega debe hacer lo posible para minimizar el tiempo de espera de los repartidores en el restaurante. En concreto, se recomienda a los restaurantes comenzar a preparar los pedidos tan pronto entren en programación, de manera de procurar que estén listos en el momento de llegada del repartidor.
- Las plataformas de despacho colaborativo deben realizar controles aleatorios para verificar que sus repartidores asociados cumplan estas normas y que no existan puntos de espera en tiempos muertos en que se violen las normas de distanciamiento social.

Entrega del pedido al cliente

- Los repartidores deben desinfectar sus elementos de reparto (bolsas, cajones, mochilas, cascos, guantes, etc.) luego de cada entrega y antes de comenzar y después de finalizar sus actividades. El casco, guantes y todos los equipos que utilice el repartidor, deben ser de uso exclusivo, no deben realizarse intercambios de elementos de reparto entre distintas personas.
- Los vehículos de reparto deben ser desinfectados luego de cada entrega, específicamente en la zona en que se depositan los pedidos para su transporte, el volante y cualquier otra superficie que deba ser manipulada por el conductor durante el reparto.
- Los repartidores deben lavar diariamente sus prendas de vestir utilizadas durante las actividades de reparto.
- Todas las entregas deberán ser Sin Contacto en la medida de lo posible. Se deben requerir y observar las instrucciones sobre el lugar de entrega que haya dado el cliente.
- Al momento de la entrega, el repartidor debe dejar el pedido en la entrada del domicilio.
- El repartidor debe dar aviso al cliente del arribo del pedido mediante el timbre o el teléfono móvil.
- En el momento de la entrega, el repartidor se asegurará de estar en todo momento a una distancia mínima de un metro y medio del usuario.
- En caso de factores de riesgo entre los repartidores (Coronavirus positivos, personas cercanas diagnosticadas o con las que hubo contacto, presencia de síntomas de contagio), los conductores involucrados deberán ser suspendidos de sus funciones hasta la desaparición de dichos factores de riesgo

19. ANEXOS

Tabla 11. *Análisis cuantitativo de ajuste en base a las respuestas y escenario ideal propuesto.*

	N° Preguntas	Telemercados	Cencosud S.A	Rappi	Cornershop	Mercado Libre	Uber Eats	Getjusto
D 1	1	Ajusta	Ajusta	No se Ajusta	No se Ajusta	Ajusta	No aplica	No aplica
	2	Ajusta	Ajusta	No aplica	No aplica	Ajusta	No aplica	No aplica
	3	Ajusta	Ajusta	No aplica	No se Ajusta	Ajusta	No aplica	No aplica
	4	Ajusta	Ajusta	No aplica	Ajusta	No se Ajusta	No aplica	No aplica
D 2	5	Ajusta	Ajusta	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
	6	Ajusta	Ajusta	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
	7	Ajusta	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
	8	Ajusta	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
D 3	9	Ajusta	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
	10	Ajusta	No aplica	No aplica	Ajusta	No aplica	Ajusta	No aplica
	11	Ajusta	No aplica	Ajusta	Ajusta	No aplica	No aplica	No aplica
	12	Ajusta	No aplica	Ajusta	Ajusta	No aplica	No se Ajusta	No aplica
	13	Ajusta	No aplica	Ajusta	Ajusta	No aplica	Ajusta	Ajusta
D 4	14	Ajusta	Ajusta	Ajusta	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
	15	Ajusta	Ajusta	Ajusta	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
	16	Ajusta	Ajusta	Ajusta	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
	17	Ajusta	Ajusta	Ajusta	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
	18	No aplica	No aplica	Ajusta	Ajusta	No aplica	No aplica	No aplica
	19	Ajusta	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
	20	Ajusta	Ajusta	Ajusta	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
	21	Ajusta	No aplica	No aplica	Ajusta	No aplica	No aplica	No aplica
	22	Ajusta	No aplica	No se Ajusta	Ajusta	No aplica	No aplica	No aplica
D 5	23	No se Ajusta	No se Ajusta	Ajusta	Ajusta	No aplica	No se Ajusta	No se Ajusta
	24	Ajusta	Ajusta	Ajusta	Ajusta	Ajusta	Ajusta	No se Ajusta

	N° Preguntas	Telemercados	Cencosud S.A	Rappi	Cornershop	Mercado Libre	Uber Eats	Getjusto
	25	No se Ajusta	Ajusta	No se Ajusta	Ajusta	No aplica	No se Ajusta	No se Ajusta
D6	**26**	Ajusta	No se Ajusta	Ajusta	Ajusta	No se Ajusta	Ajusta	Ajusta
	27	Ajusta	Ajusta	Ajusta	Ajusta	No aplica	Ajusta	No se Ajusta
D1	**Ajuste**	4	4	-	1	3	-	-
	No se ajusta	-	-	1	2	1	-	-
	No aplica	-	-	3	1	-	4	4
D2	**Ajuste**	4	2	-	-	-	-	-
	No se ajusta	-	-	-	-	-	-	-
	No aplica	-	2	4	4	4	4	4
D3	**Ajuste**	5	-	3	4	-	2	1
	No se ajusta	-	-	-	-	-	1	-
	No aplica	-	5	2	1	5	2	4
D4	**Ajuste**	8	5	6	3	-	-	-
	No se ajusta	-	-	1	-	-	-	-
	No aplica	1	4	2	6	9	9	9
D5	**Ajuste**	1	2	2	3	1	1	-
	No se ajusta	2	1	1	-	-	2	3
	No aplica	-	-	-	-	2	-	-
D6	**Ajuste**	2	1	2	2	-	2	1
	No se ajusta	-	1	-	-	1	-	1
	No aplica	-	-	-	-	1	-	-
ΣDTE	**Optimo**	24	14	13	13	4	5	2
	No Optimo	2	2	3	2	2	3	4

Calidad y Seguridad de Productos

	N° Preguntas	Telemercados	Cencosud S.A	Rappi	Cornershop	Mercado Libre	Uber Eats	Getjusto
	No Aplica	1	11	11	12	21	19	21
Dimensión 1		**100%**	**100%**	**0%**	**25%**	**75%**	**0%**	**0%**
Dimensión 2		**100%**	**50%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**
Dimensión 3		**100%**	**0%**	**60%**	**80%**	**0%**	**40%**	**20%**
Dimensión 4		**89%**	**56%**	**67%**	**33%**	**0%**	**0%**	**0%**
Dimensión 5		**33%**	**67%**	**67%**	**100%**	**33%**	**33%**	**0%**
Dimensión 6		**100%**	**50%**	**100%**	**100%**	**0%**	**100%**	**50%**
% D	**Optimo**	**88,9%**	**51,9%**	**48,1%**	**48,1%**	**14,8%**	**18,5%**	**7,4%**
	No Optimo	**7,4%**	**7,4%**	**11,1%**	**7,4%**	**7,4%**	**11,1%**	**14,8%**
	No Aplica	**3,7%**	**40,7%**	**40,7%**	**44,4%**	**77,8%**	**70,4%**	**77,8%**
Observación:		**D = Dimensión; D1= Dimensión N°1 y así sucesivamente. Σ DTE= Suma total de las dimensiones por cada empresas**						