



SEGUNDO LEVANTAMIENTO

Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales



IIEG
Instituto de Información
Estadística y Geográfica
de Jalisco



Jalisco
GOBIERNO DEL ESTADO

Fecha de publicación: **28 de octubre de 2020**
Dirección de Información Estadística Económica y Financiera

Contenido

Resumen ejecutivo	2
I Introducción	4
II Resultados.....	5
II.1 Características generales del establecimiento.....	5
II.2 Entrega de comida a domicilio y uso de plataformas digitales	17
II.3 Impacto por COVID-19 y medidas sanitarias en el establecimiento.....	34
III Conclusiones	40
Anexo. Nota metodológica.....	41
A1. Diseño conceptual de la encuesta	41
A2. Unidad de observación.....	41
A3. Cobertura geográfica.....	42
A4. Muestra	42
A5. Cobertura temática	42
A6. Periodo de levantamiento.....	43
A7. Cuestionario.....	44

Resumen ejecutivo

La “Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales” de octubre 2020 se elaboró con base en una muestra de 556 establecimientos del sector restaurantero de Jalisco, con el objetivo de conocer el uso de plataformas digitales de entrega de comida que ayude al análisis del uso de las nuevas tecnologías en el desempeño y evolución de los negocios en la industria restaurantera de Jalisco. Los principales resultados son los siguientes.

El porcentaje de restaurantes con entrega a domicilio que indicaron que sí cuentan con repartidores propios fue de 73.3% en octubre de 2020, porcentaje mayor al observado en julio de 2020 cuando esta cifra se ubicaba en 67.1%.

Por otro lado, el porcentaje de restaurantes con entrega a domicilio o de servicio de orden y recoja que indicaron que venden por medio de aplicaciones digitales fue de 22.9% en octubre de 2020, porcentaje menor al observado en julio de 2020 cuando esta cifra se ubicó en 45.8%.

La razón principal por la que los restaurantes con entrega a domicilio o servicio de orden y recoja no utiliza aplicaciones de entregas de comida a domicilio fue que existen altas comisiones o que no les es rentable con un 32.1%. La segunda razón es que no le interesa o no le dan confianza con 25.1%, mientras que la tercera razón (22.6%) de no utilizarlas es porque desconoce el funcionamiento de éstas.

De los restaurantes que usan aplicaciones, el 45.3% mencionaron que no les es rentable el uso de estas plataformas, mientras que 6.8% dijeron que les era muy rentable. Asimismo, la principal razón por la cual los establecimientos están insatisfechos con las aplicaciones son sus altas comisiones con 77.8% de las respuestas de quienes contestaron que no están satisfechos con el servicio que proporcionan. Asimismo, el 83.8% los encuestados respondió que los precios que ofrece en las aplicaciones son mayores a los que ofrece en su establecimiento.

DiDi Food se mantiene como la aplicación más utilizada entre los establecimientos que usan aplicaciones, con un 70.1% de participación.

Uber Eats se mantiene como la aplicación que más que más ingresos genera en los restaurantes que usan plataformas digitales, con un 32.5% de las menciones, sin embargo, ha mostrado una reducción importante al bajar desde 41.1% en julio. DiDi Food destaca al aumentar de 25.3% en julio a 30.8% en octubre, cerrando la brecha con Uber Eats.

DiDi Food se mantiene como la aplicación que cobra menores comisiones, con un 31.6% de las menciones. Sin Delantal destaca al aumentar de 18.4% en julio a 21.4% en octubre, superando a Rappi en cuanto las menciones que refieren un menor cobro de comisiones.

Con relación a las afectaciones económicas a los restaurantes ocasionadas por la pandemia, el 70.5% de la totalidad de los restaurantes encuestados mencionan que sus ventas disminuyeron mucho durante el mes de septiembre comparado con el mismo mes del año anterior. Este porcentaje es menor a lo reportado en el levantamiento de julio cuando se les preguntó cómo se habían comportado las ventas en junio con respecto a junio de 2019, pues el 76.1% mencionaron que las ventas disminuyeron mucho en esa encuesta.

El 66.5% de los establecimientos menciona que no ha considerado cerrar de manera definitiva en octubre, cifra ligeramente superior a la de julio, que fue de 65.8%. Durante octubre el 27.2% menciona que ha considerado cerrar su restaurante de manera definitiva.

Finalmente, en octubre el 55.8% de los establecimientos menciona que no se ha visto en la necesidad de despedir personal debido a la contingencia, mientras que el 25.4% sí ha despedido personal y un 4.3% lo está considerando.

I Introducción

El presente documento presenta los resultados de la “Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales” tiene el objetivo de generar información estadística periódica sobre el uso de plataformas digitales de entrega de comida que ayude al análisis del uso de las nuevas tecnologías en el desempeño y evolución de los negocios en la industria restaurantera de Jalisco.

Durante el mes de julio del presente año se llevó a cabo una primera encuesta a 523 unidades económicas del sector restaurantera de Jalisco, con el objetivo de obtener información no solo sobre el uso de plataformas digitales de entrega de comida a domicilio, sino también de la situación económica con respecto a la coyuntura generada por la pandemia de COVID-19.

Para dar seguimiento a la información generada en julio, en octubre se realizó un nuevo levantamiento a 556 restaurantes. El presente estudio, además de reflejar los resultados obtenidos durante el mes de octubre de 2020, realiza comparaciones con los datos alcanzados en la encuesta de julio del mismo año.

La segunda encuesta se levantó entre el 1 al 16 de octubre de 2020, utilizando tres métodos de recolección. El principal fue con encuesta telefónica con un muestreo aleatorio simple utilizando todas las unidades económicas del ramo restaurantera de Jalisco registradas en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) de INEGI que tenían registrado un teléfono. Asimismo, se realizó una búsqueda en internet de teléfonos y correos electrónicos de restaurantes en Jalisco el caso de que el DENUE no tuviera registrado un teléfono o correo del establecimiento.

El segundo método fue a través de un cuestionario electrónico enviado por correo electrónico a los establecimientos de esta industria que no contaran con teléfono. El tercer método fue a través de un cuestionario electrónico compartido con los socios de CANIRAC.

Al final de este documento se encuentra la nota metodológica y el cuestionario. Cabe señalar que, la encuesta de julio tuvo una participación de 523 restaurantes encuestados, por lo que en octubre se tuvo un incremento de 6.3% en la participación. A continuación, se presentan los resultados y algunas comparaciones con la encuesta de julio.

II Resultados

La “Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales” de octubre se levantó a 556 restaurantes del 1 al 16 de octubre de 2020 e incluye tres secciones: i) características generales del establecimiento; ii) entrega de comida a domicilio y uso de plataformas digitales; y, iii) afectaciones económicas causadas por el COVID-19 y medidas sanitarias en el establecimiento.

II.1 Características generales del establecimiento

De las 556 unidades económicas encuestadas, 58.8% se ubican en el Área Metropolitana de Guadalajara, 10.6% en Puerto Vallarta y 2.7% en Chapala, como se observa en la Tabla 1.

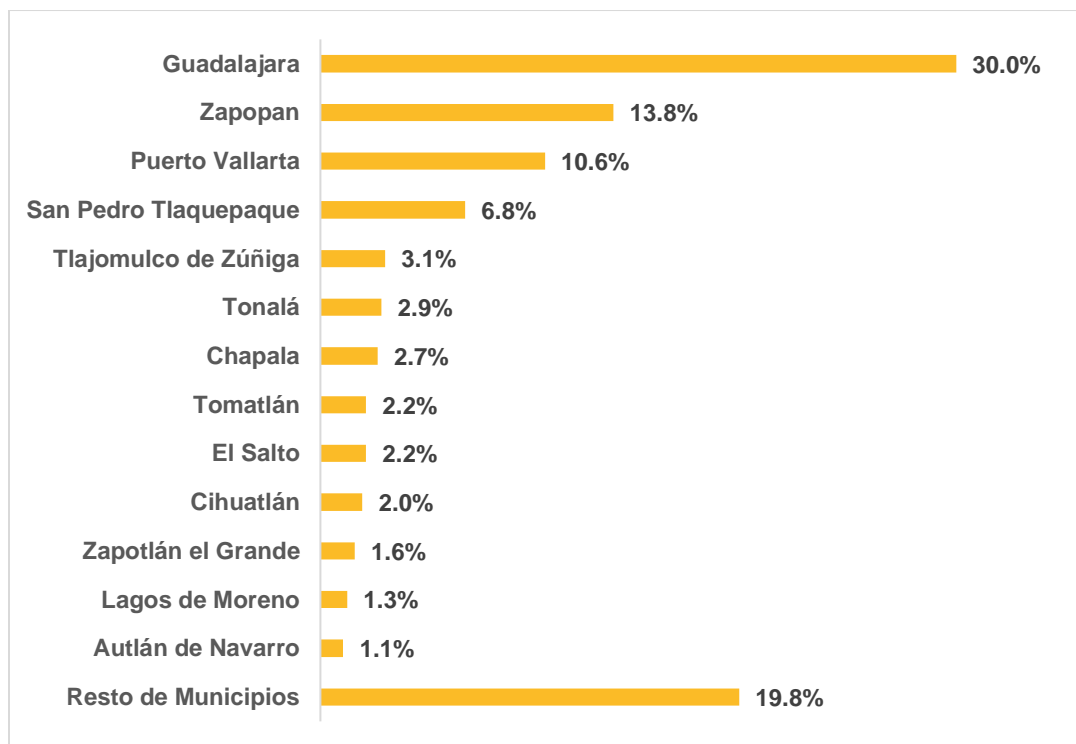
Tabla 1. Distribución geográfica de los restaurantes encuestados, octubre de 2020

Municipio	AMG	Puerto Vallarta	Chapala	Tomatlán	Cihuatlán	Zapotlán el Grande	Resto de Municipios	Total
Frecuencia	327	59	15	12	11	9	123	556
Porcentaje	58.8%	10.6%	2.7%	2.2%	2.0%	1.6%	22.1%	100.0%

Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Los restaurantes que contestaron la encuesta se ubicaron en 61 municipios, siendo Guadalajara el de mayor participación con 30.0%, seguido de Zapopan con 13.8% y Puerto Vallarta con 10.6%; en conjunto estos tres municipios concentraron el 54.4% de los restaurantes encuestados en octubre.

Figura 1. Municipios en los que se ubican los restaurantes encuestados, octubre de 2020



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: La suma de los porcentajes no da 100% debido al redondeo.

El giro que tuvo una mayor participación fue el de restaurantes con servicio de preparación de alimentos a la carta o de comida corrida con 25.2%. Los restaurantes con servicios de preparación de tacos y tortas quedaron en segundo lugar, con una participación de 22.7%. Mientras que las cafeterías, fuentes de sodas, neverías, refresquerías y similares representaron un 14.7% de los establecimientos encuestados.

La distribución de los giros fue similar a la registrada en la encuesta de julio. Solo el giro de cafeterías, fuentes de sodas, neverías, refresquerías y similares tuvo una diferencia sustantiva en los dos levantamientos, y pasó del quinto lugar en julio al tercer lugar en octubre.

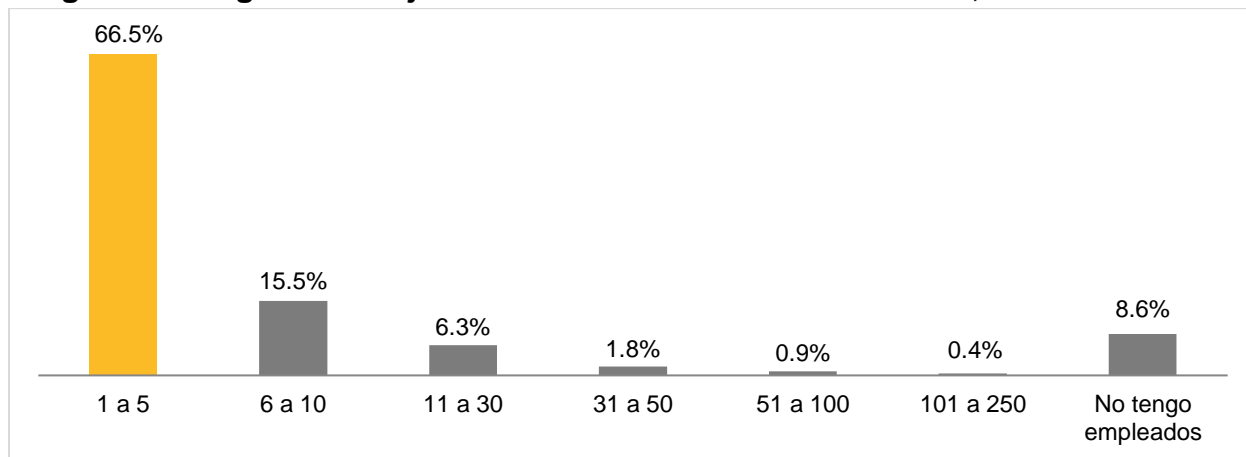
Figura 2. Giros de las unidades económicas encuestadas, julio y octubre de 2020



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Del total de los restaurantes encuestados, 66.5% tienen de 1 a 5 empleados, mientras que 15.5% tienen de 6 a 10. Por otro lado, solo el 9.4% los restaurantes mencionaron tener más de 10 empleados. El 8.6% dijo no tener trabajadores en su negocio.

Figura 3. Rango de trabajadores de las unidades encuestadas, octubre de 2020

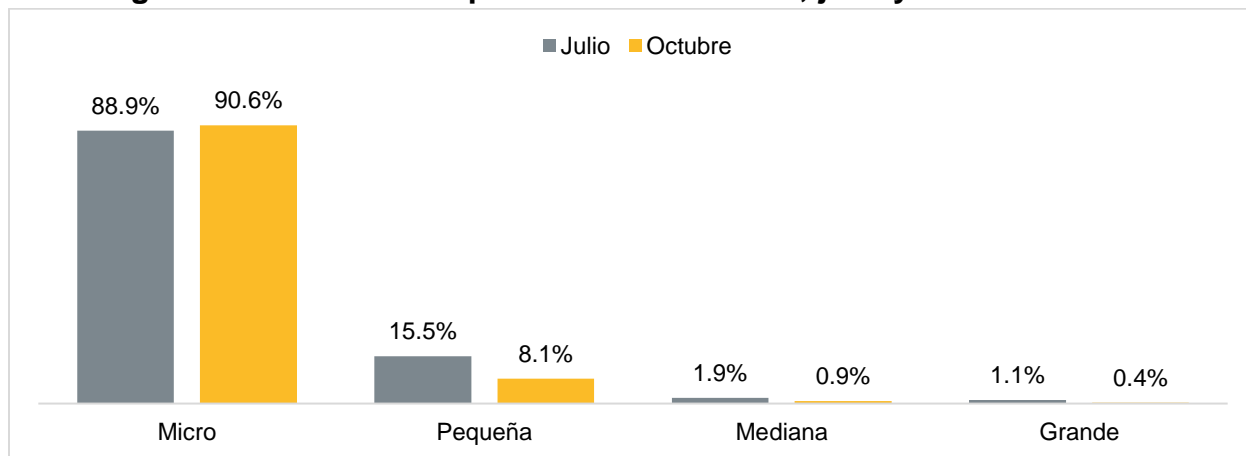


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

La participación por tamaño del restaurante, de acuerdo a número de empleados, en octubre fue de 90.6% para microempresas, 8.1% para pequeñas, 0.9% para medianas y 0.4% de grandes.

En la encuesta de julio la participación de las microempresas fue de 88.9%, para las pequeñas empresas fue de 15.5%, la de las empresas medianas fue de 1.9%, y la de las grandes de 1.1%.

Figura 4. Tamaño de empresa de restaurantes, julio y octubre de 2020

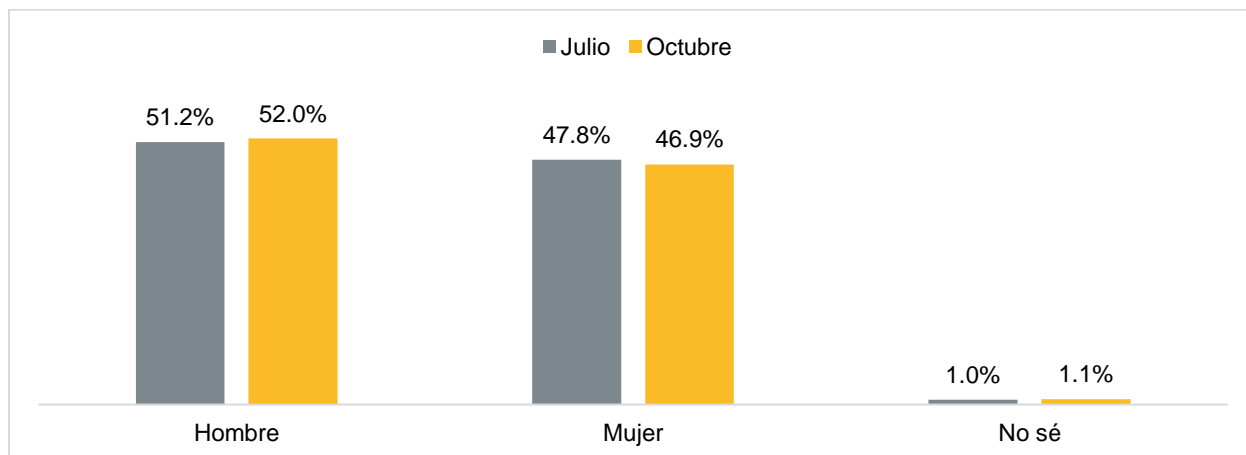


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: La suma de los porcentajes no da 100% debido al redondeo.

El 46.9% de los encuestados en octubre manifestó que el sexo del dueño o socio principal fue mujer, muy similar al estudio anterior de 47.8%.

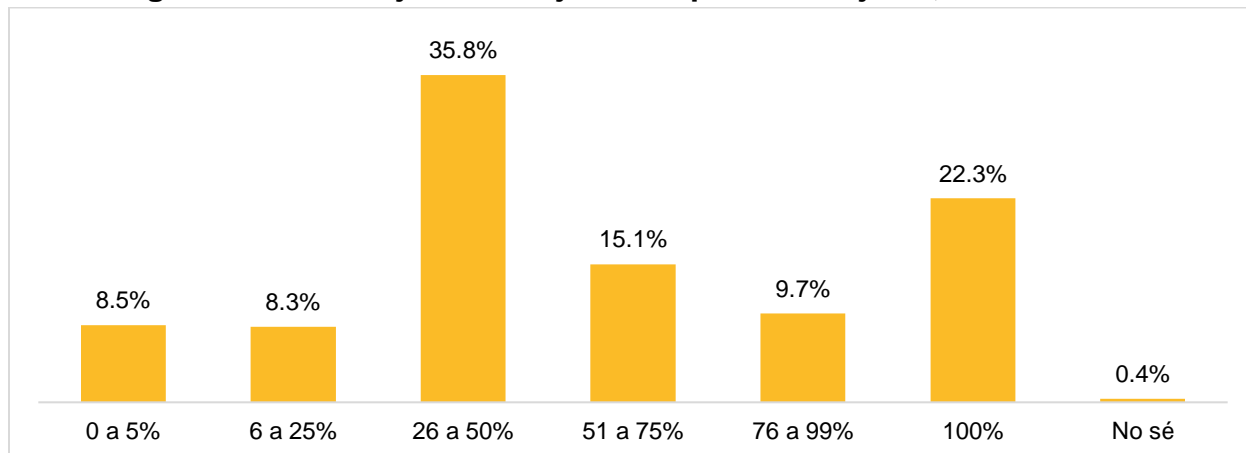
Figura 5. Sexo del dueño o socio principal del establecimiento, julio y octubre de 2020



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Sobre la distribución de mujeres trabajadoras en estos establecimientos, en el 22.3% de los restaurantes encuestados el 100% de los empleados son mujeres. En el 47.1% de los restaurantes, más del 50% de los empleados son mujeres.

Figura 6. Porcentaje de trabajadores que son mujeres, octubre 2020



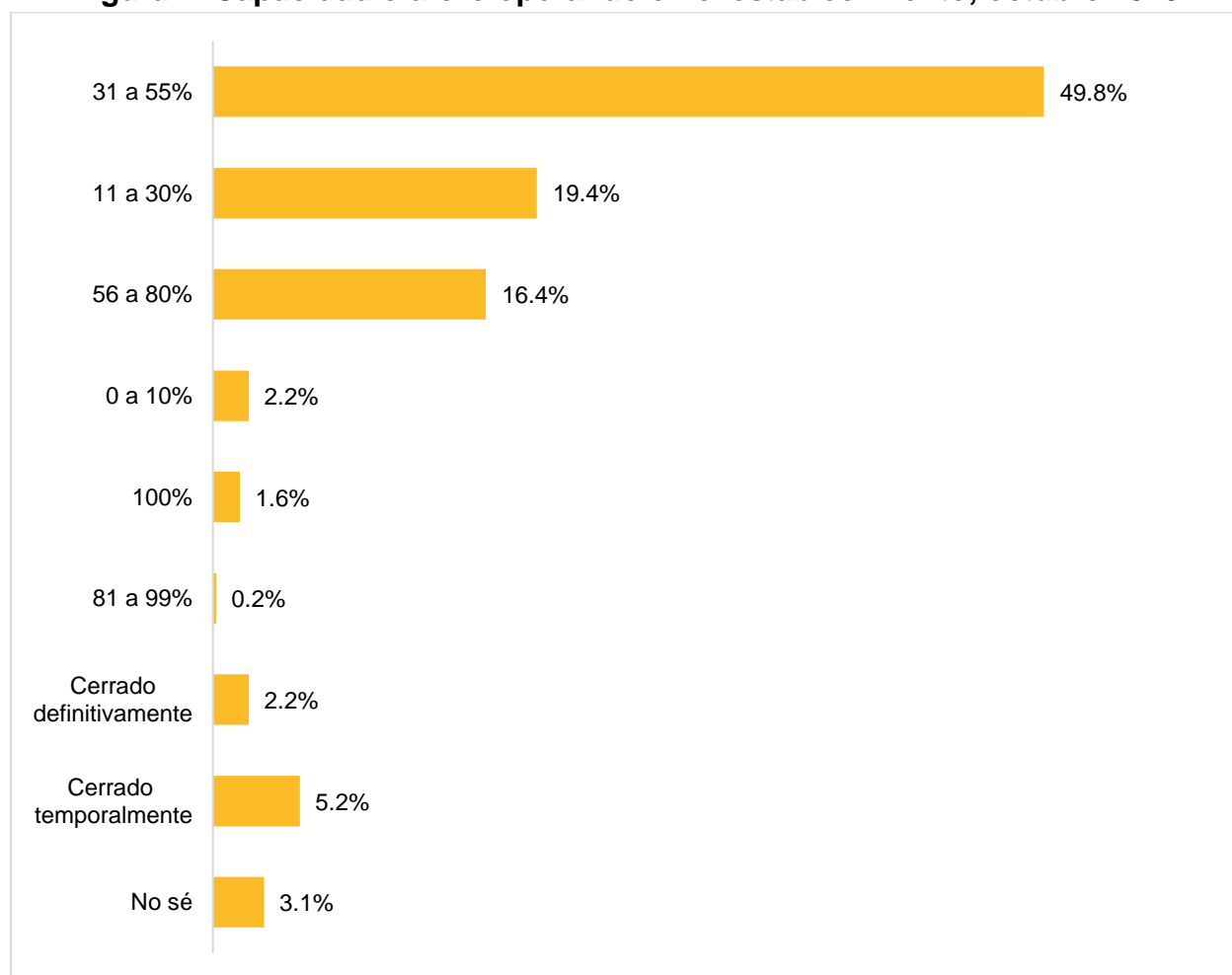
Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: La suma de los porcentajes no da 100% debido al redondeo.

El 49.8% de los restaurantes está operando entre el 31% a 55% de su capacidad o aforo. Por otro lado, el 19.4% está operando entre el 11% al 30% de su capacidad. El 16.4% manifestó estar operando entre el 56% y 80%. Solamente el 2.2% dice estar del 0% al 10% de capacidad. Los establecimientos que operan al 100% representan el 1.6% de los restaurantes encuestados.

Finalmente, 2.2% mencionaron que han cerrado definitivamente y 5.2% temporalmente, mientras que el 3.1% no sabe a qué capacidad están operando.

Figura 7. Capacidad o aforo operando en el establecimiento, octubre 2020

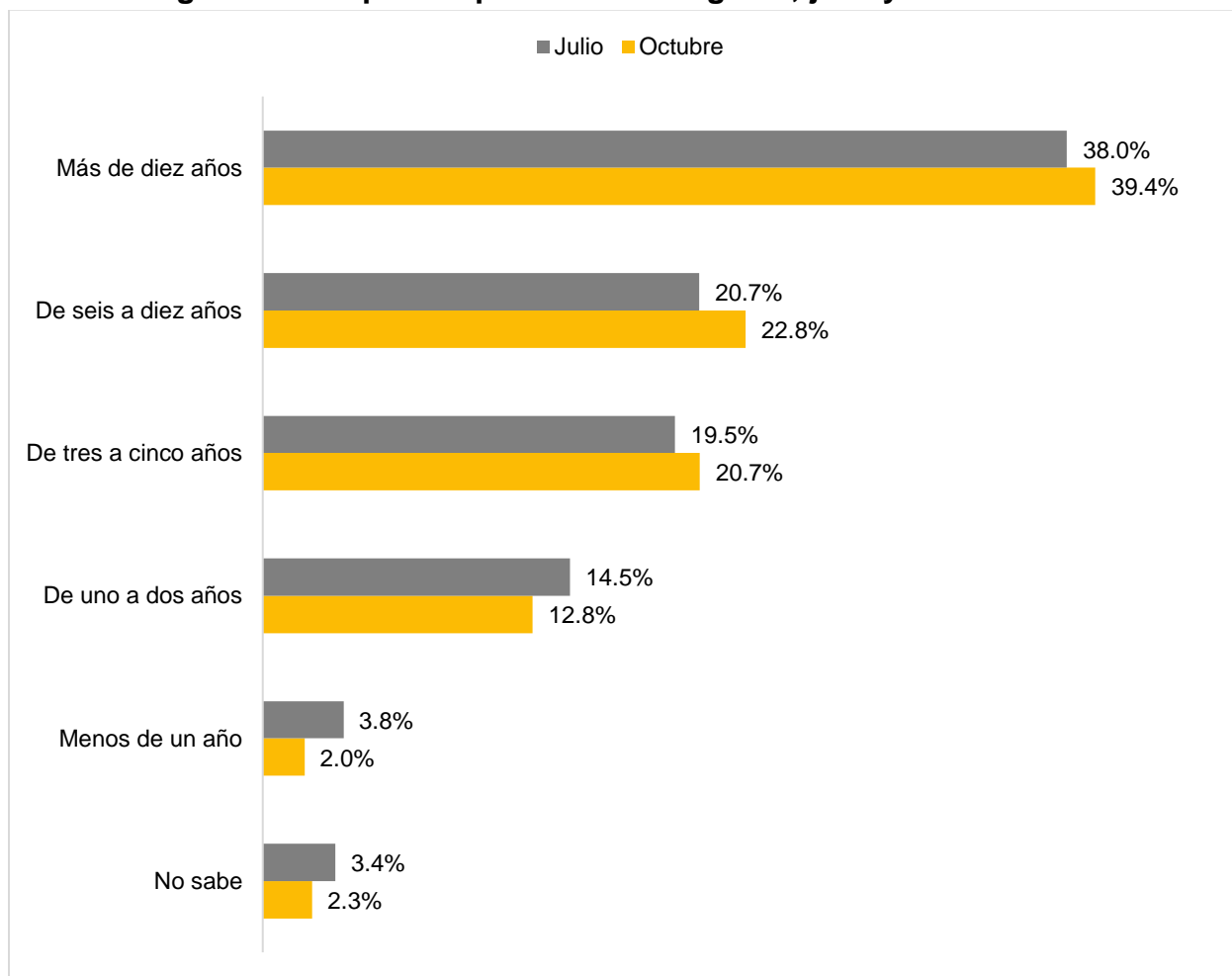


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: La suma de los porcentajes no da 100% debido al redondeo.

El tiempo de operación del establecimiento para el 39.4% de los negocios dijeron tener más de diez años de operación. Por otro lado, el 22.8% tiene de seis a diez años. El 20.7% de los encuestados llevan operando de tres a cinco años. Las empresas más recientes, esto es, menores a dos años, representaron el 14.8% de los encuestados. La distribución porcentual por tiempo de operación es similar a la encuesta de julio.

Figura 8. Tiempo de operación del negocio, julio y octubre 2020

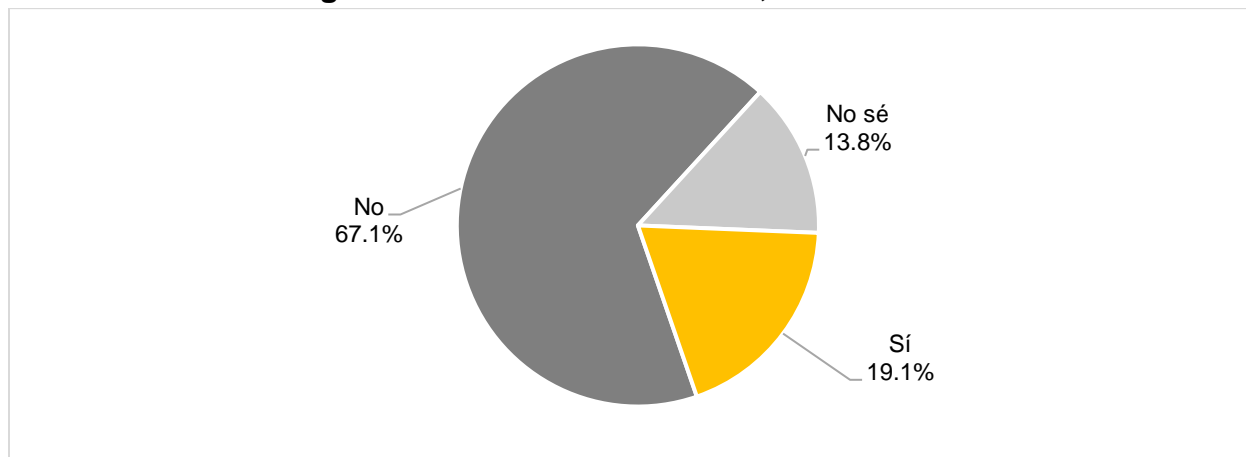


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: La suma de los porcentajes no da 100% debido al redondeo.

Los establecimientos afiliados a la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC) fue el 19.1% del total, mientras que el 67.1% no lo están, y el 13.8% no sabe la situación de afiliación del establecimiento.

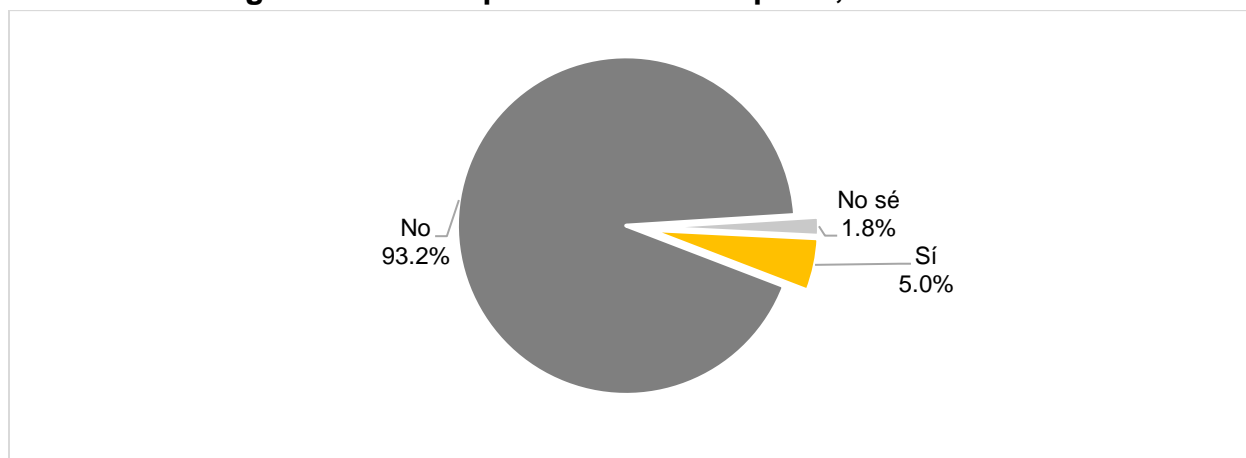
Figura 9. Afiliación a CANIRAC, octubre 2020



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Las empresas que no forman parte de una franquicia son el 93.2% de los encuestados, mientras que el 5.0% sí pertenece a una franquicia, y el 1.8% respondió que no sabe.

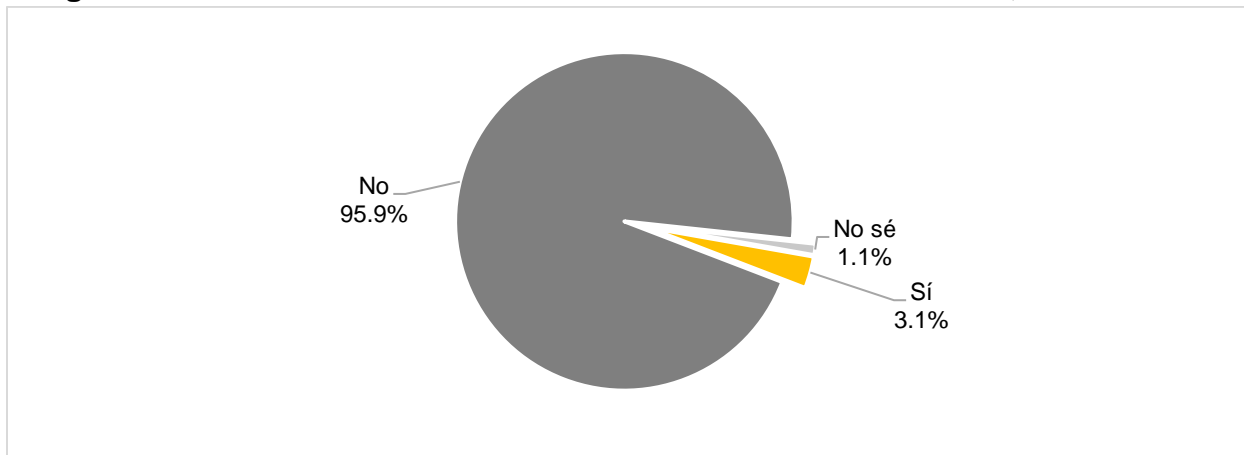
Figura 10. Forma parte de una franquicia, octubre 2020



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

El 3.1% de los encuestados mencionó estar dentro de un hotel o resort turístico, mientras que el 95.9% no lo está y el 1.1% no sabe.

Figura 11. Establecimientos dentro de un hotel o resort turístico, octubre 2020



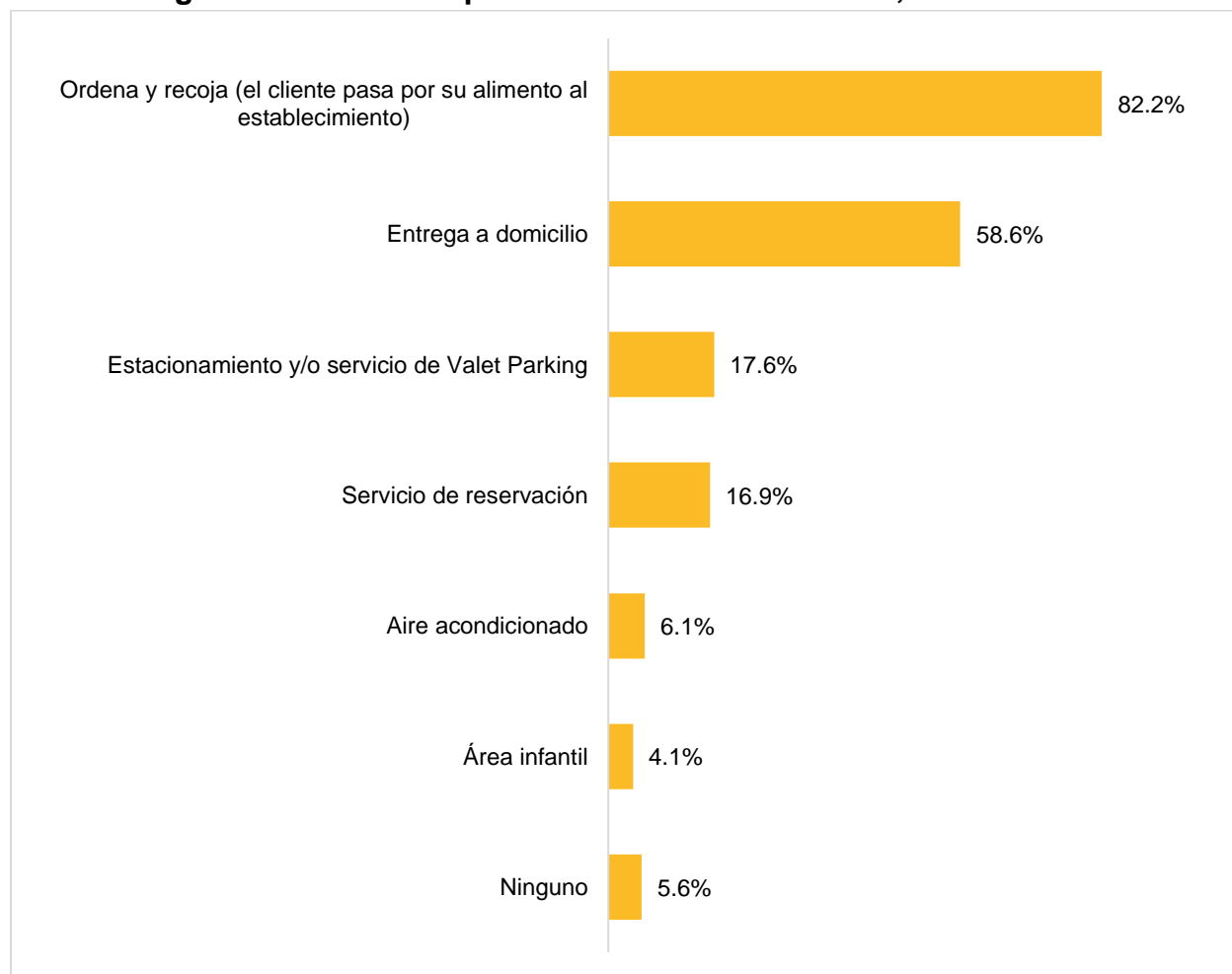
Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: La suma de los porcentajes no da 100% debido al redondeo.

El servicio de “ordena y recoja” es la característica que más mencionaron los restaurantes encuestados con el 82.2%. Entrega a domicilio es un servicio que ofrecen el 58.6% de los restaurantes encuestados. El servicio de estacionamiento o valet parking lo tienen el 17.6% de los establecimientos, mientras que el servicio de reservación lo ofrece el 16.9%.

Por último, los servicios de aire acondicionado y área infantil lo tienen el 6.1% y el 4.1% de los restaurantes, respectivamente.

Figura 12. Servicios que ofrece el establecimiento, octubre 2020

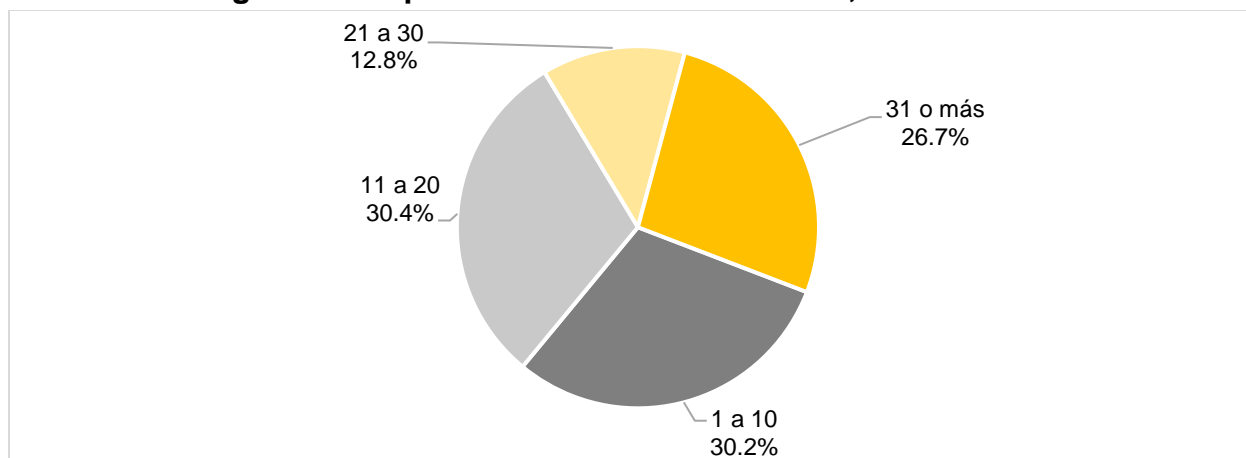


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: La suma de los porcentajes no da 100% debido a que es una pregunta de respuesta múltiple.

El 30.4% de los establecimientos tiene capacidad para atender de 11 a 20 clientes sentados en el lugar, mientras que el 30.2% tiene capacidad de 1 a 10. El 26.7% de los restaurantes encuestados tiene capacidad para 31 a más personas. Finalmente, el 12.8% mencionó que tiene capacidad para 21 a 30 personas sentadas.

Figura 13. Capacidad de clientes sentados, octubre 2020

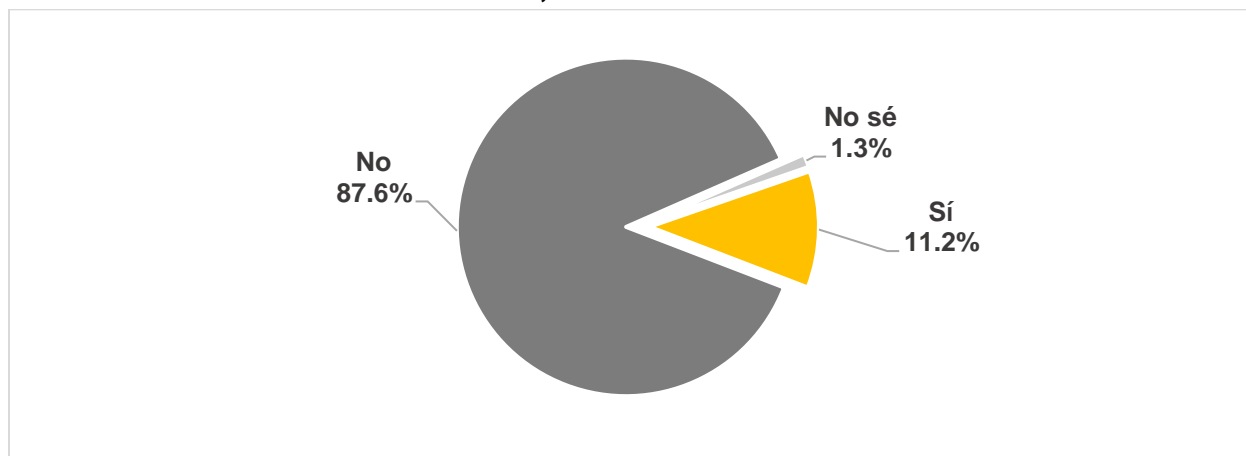


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: La suma de los porcentajes no da 100% debido al redondeo.

De los 556 establecimientos entrevistados, el 11.2% mencionó que sí ha aumentado sus precios en los últimos 3 meses, por otro lado, el 87.6% no lo ha hecho y el 1.3% no lo sabe.

Figura 14. ¿Ha aumentado los precios ofrecidos en su establecimiento en los últimos 3 meses?, encuesta de octubre de 2020

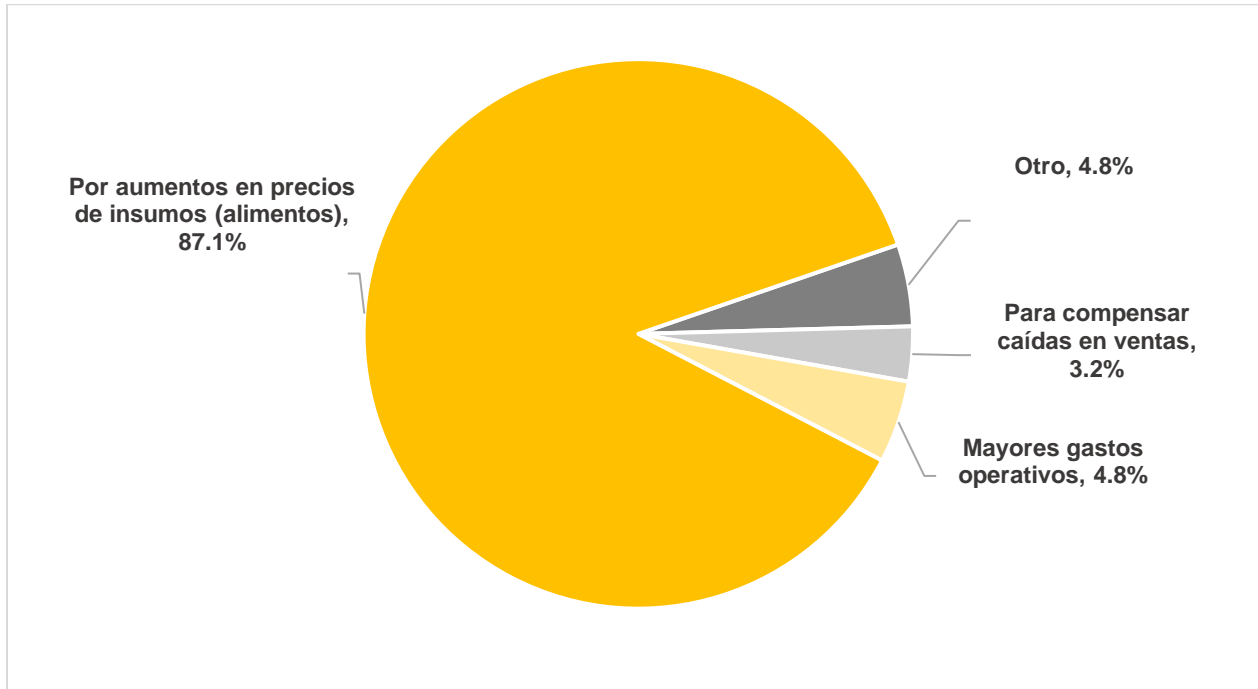


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: La suma de los porcentajes no da 100% debido al redondeo.

De los que sí han aumentado los precios, la principal razón fue por el aumento en precios de insumos (alimentos) con el 87.1%, mientras que los mayores gastos operativos representaron el 4.8%. El 3.2% de los que aumentaron precios mencionó que fue para compensar la caída en las ventas.

Figura 15. ¿Cuál es la razón principal por la que ha aumentado sus precios?, octubre de 2020



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

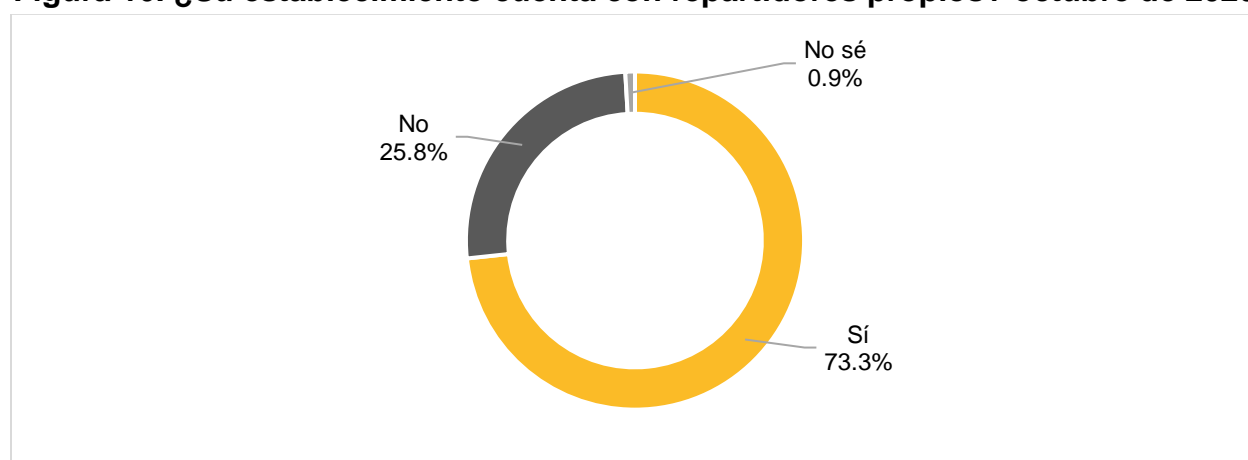
Nota: La suma de los porcentajes no da 100% debido al redondeo.

II.2 Entrega de comida a domicilio y uso de plataformas digitales

En esta sección se considera solo el universo de establecimientos que cuentan con servicio a domicilio y/o el servicio de ordenar y recoger que, para el levantamiento de octubre, corresponde a 510 establecimientos.

El porcentaje de restaurantes con entrega a domicilio que indicaron que sí cuentan con repartidores propios fue de 73.3% en octubre de 2020, porcentaje mayor al observado en julio de 2020 cuando esta cifra se ubicaba en 67.1%.

Figura 16. ¿Su establecimiento cuenta con repartidores propios? octubre de 2020



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Tabla 2. ¿Su establecimiento cuenta con repartidores propios? julio y octubre de 2020

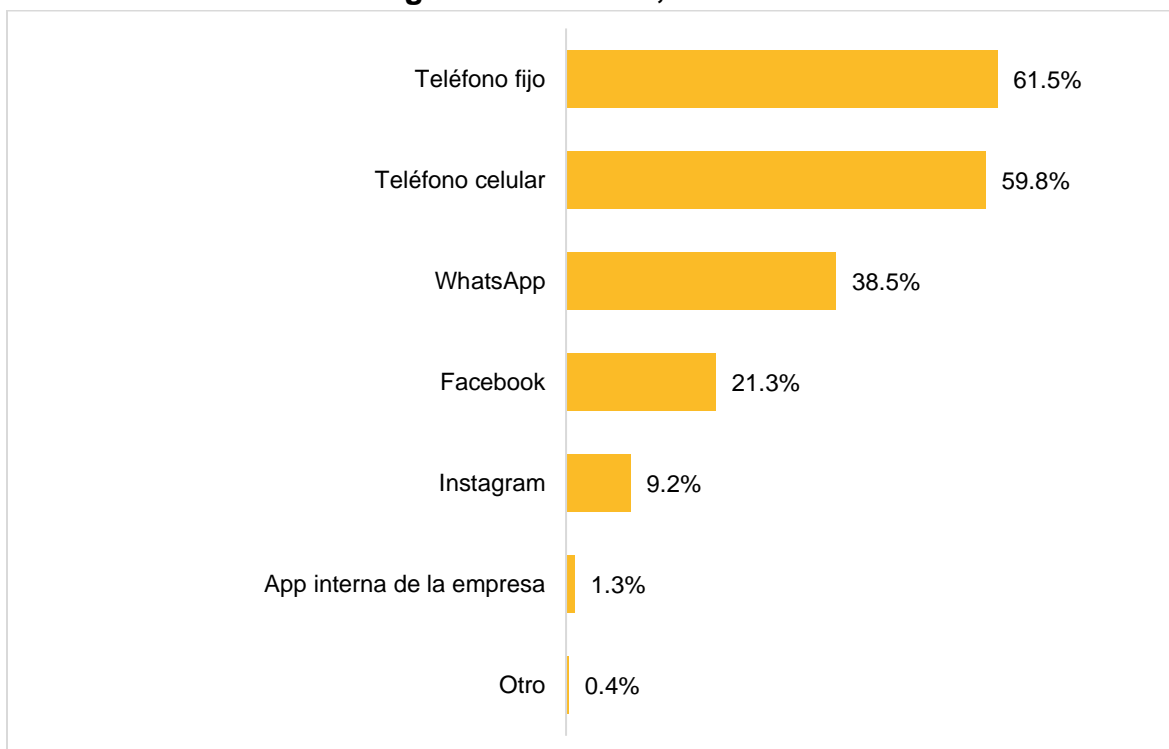
	Julio	Octubre
Sí	67.1%	73.3%
No	32.9%	25.8%
No sé	0.0%	0.9%
Total	100.0%	100.0%

Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: Esta pregunta fue aplicada solo a los establecimientos que cuentan con entrega a domicilio. En el levantamiento anterior, esta pregunta fue aplicada a los establecimientos que contaban con entrega a domicilio y/o servicio para llevar.

El principal medio por el cual los restaurantes con repartidores propios se comunican con sus clientes fue el teléfono fijo con un 61.5%, seguido del teléfono celular con 59.8%. El 38.5% se comunica con sus clientes por medio de WhatsApp.

Figura 17. ¿Qué medio(s) utiliza para comunicarse con sus clientes para realizar las entregas a domicilio?, octubre de 2020



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Tabla 3. ¿Qué medio(s) utiliza para comunicarse con sus clientes para realizar las entregas a domicilio? julio y octubre de 2020

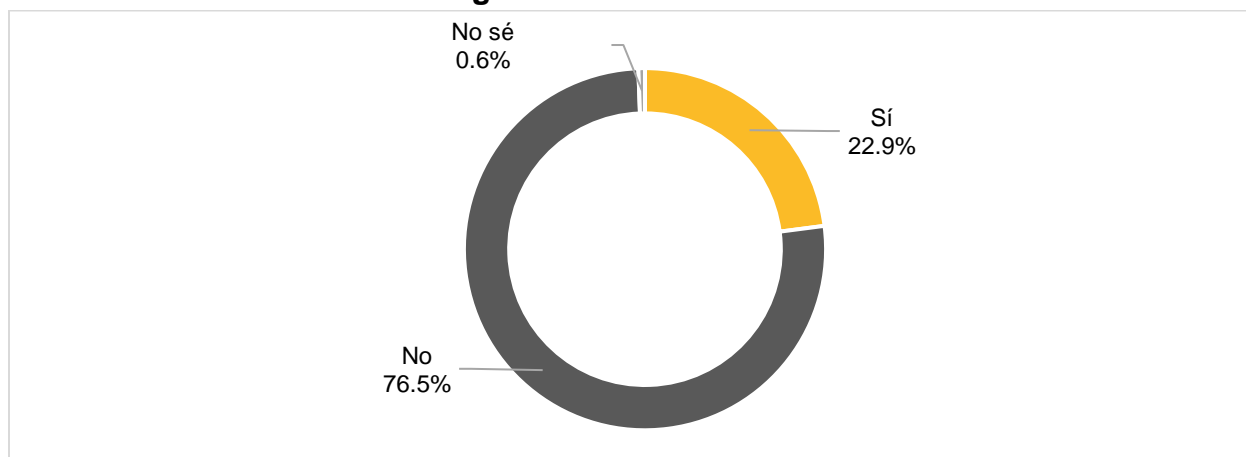
Medio	Julio	Octubre
Teléfono fijo	60.9%	61.5%
Teléfono celular	66.0%	59.8%
WhatsApp	35.7%	38.5%
Facebook	18.5%	21.3%
Instagram	10.9%	9.2%
App interna de la empresa	2.1%	1.3%
Otro	1.3%	0.4%

Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: Esta pregunta fue aplicada solo a los establecimientos que cuentan con repartidores propios. Los porcentajes no suman 100% debido a que es de respuesta múltiple.

El porcentaje de restaurantes con entrega a domicilio y/o servicio de orden y recoja que indicaron que venden por medio de aplicaciones digitales fue de 22.9% en octubre de 2020. Este porcentaje fue menor al observado en julio de 2020 cuando esta cifra se ubicó en 45.8%.

Figura 18. ¿Su establecimiento vende por medio de aplicaciones digitales de entrega de comida a domicilio?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Tabla 4. ¿Su establecimiento vende por medio de aplicaciones digitales de entrega de comida a domicilio? julio y octubre de 2020

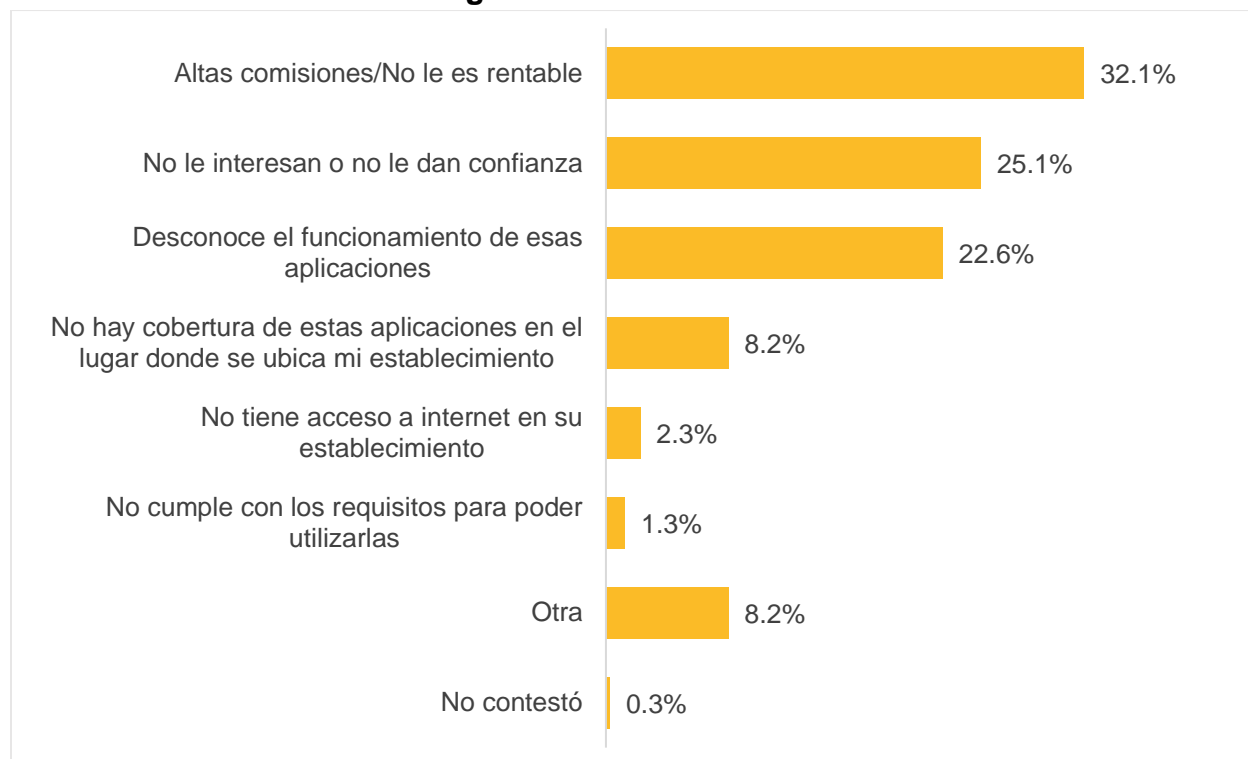
	Julio	Octubre
Sí	45.8%	22.9%
No	53.9%	76.5%
No sé	0.3%	0.6%
Total	100.0%	100.0%

Fuente: Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: Esta pregunta aplica solo a los que cuentan con entrega a domicilio u ordene y recoja.

La razón principal por la que los restaurantes con entrega a domicilio o servicio de orden y recoja no utiliza aplicaciones de entregas de comida a domicilio fue las altas comisiones o que no les es rentable con un 32.1%, seguida de que no les interesan o no les dan confianza con 25.1%. Mientras que 22.6% no las utiliza porque desconoce el funcionamiento de éstas.

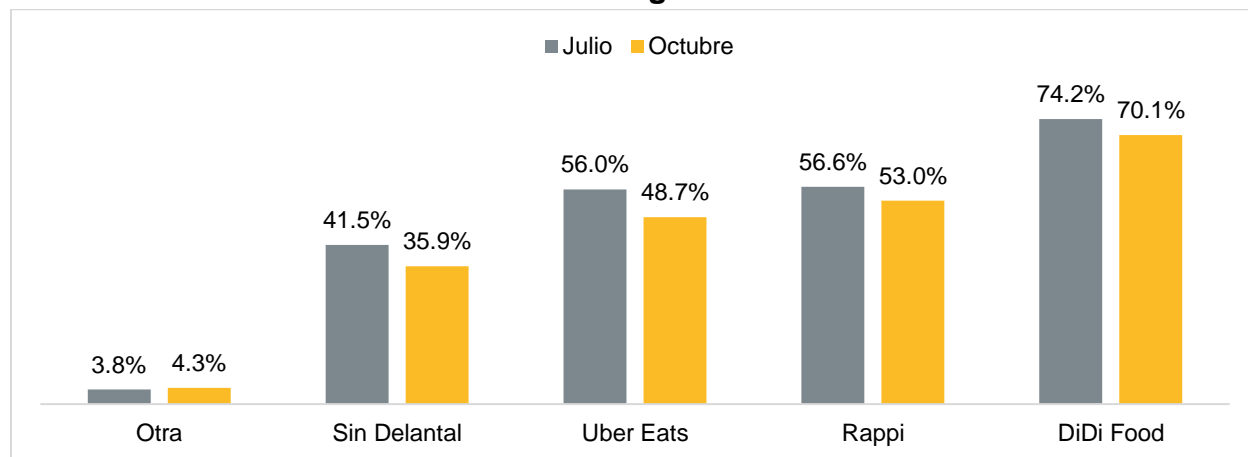
Figura 19. ¿Cuál es la razón principal por la que no utiliza aplicaciones de entregas de comida a domicilio?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

DiDi Food se mantiene como la aplicación más utilizada entre los establecimientos que usan aplicaciones, con un 70.1% de participación. Cabe mencionar que las principales aplicaciones mostraron disminuciones, solo la opción de “Otra” aplicación presentó un ligero aumento de 3.8% a 4.3%.

Figura 20. ¿Qué aplicación (o aplicaciones) para vender comida a domicilio utiliza en su negocio?

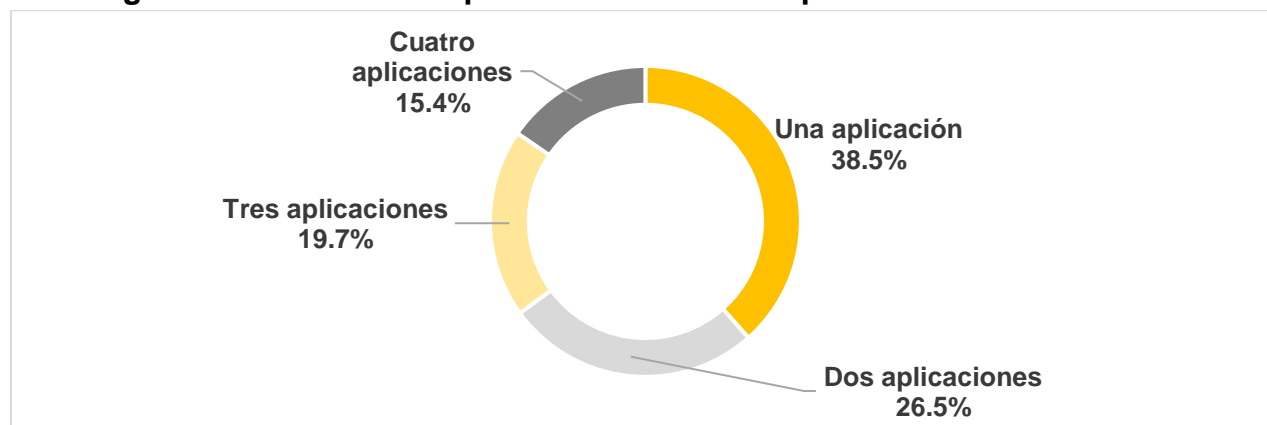


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: Esta pregunta aplica solo a los que mencionan usar plataformas digitales. Los porcentajes no suman 100% porque un restaurante puede usar más de una aplicación.

El 38.5% de los establecimientos que cuenta con servicio a domicilio u ordene y recoja utilizan solo una aplicación, 26.5% usan dos, 19.7% utilizan tres aplicaciones y un 15.4% de ellos utilizan cuatro aplicaciones.

Figura 21. Cantidad de aplicaciones utilizadas por los establecimientos

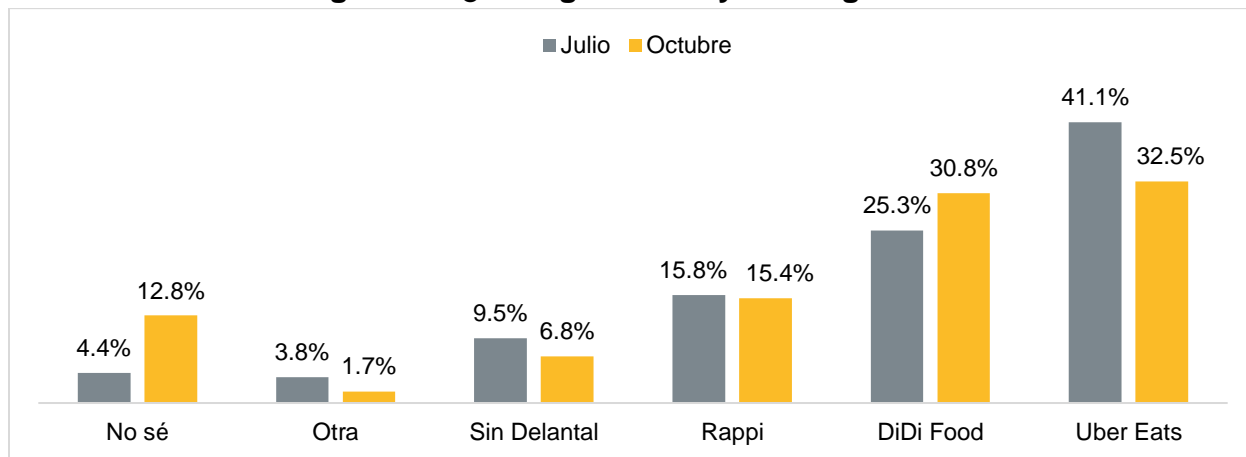


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: Esta pregunta aplica solo a los que mencionan usar plataformas digitales.

Uber Eats se mantiene como la aplicación que más que más ingresos genera, con un 32.5% de las menciones, sin embargo, ha mostrado una reducción importante al bajar desde 41.1% en julio. DiDi Food destaca al aumentar de 25.3% en julio a 30.8% en octubre.

Figura 22. ¿Cuál genera mayores ingresos?

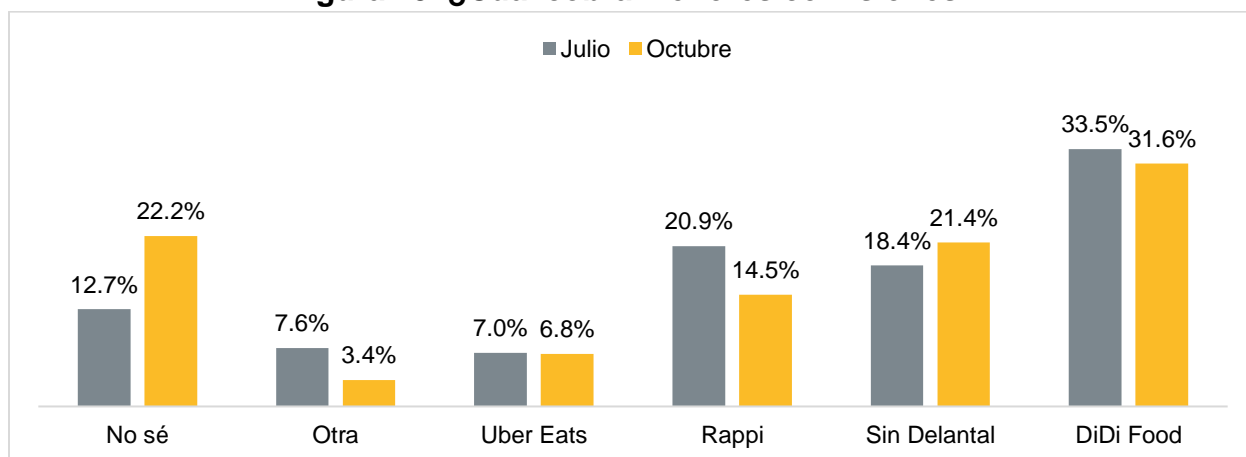


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: Esta pregunta aplica solo a los que usan plataformas digitales.

DiDi Food se mantiene como la aplicación que cobra menores comisiones, con un 31.6% de las menciones. Sin Delantal destaca al aumentar de 18.4% en julio a 21.4% en octubre, superando a Rappi en cuanto a menciones de menor cobro de comisiones. Cabe señalar que un 22.2% de los establecimientos encuestados no sabe cuál es la que cobra menos comisiones, porcentaje mayor al levantamiento de julio que fue de 12.7%.

Figura 23. ¿Cuál cobra menores comisiones?

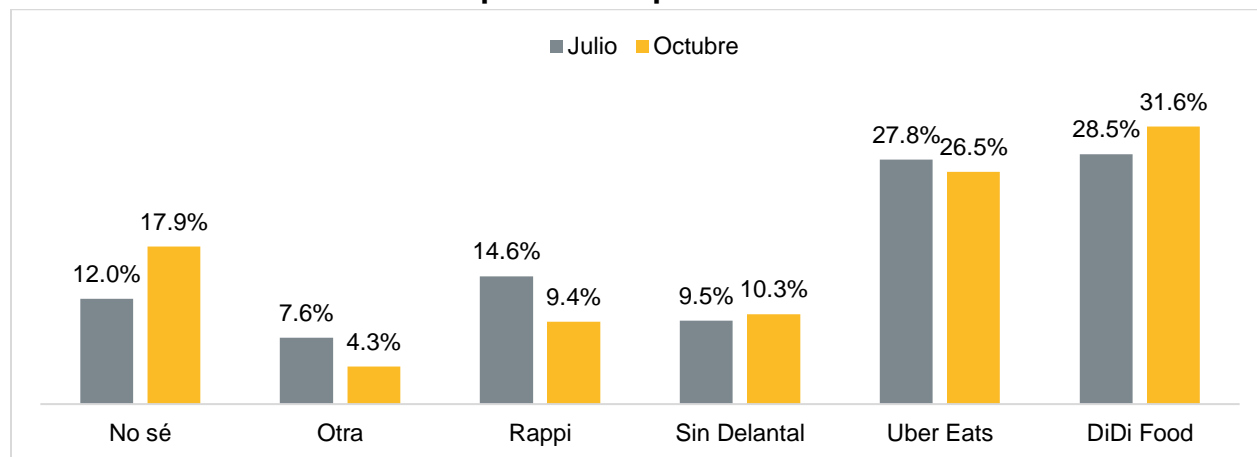


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: Esta pregunta aplica solo a los que mencionan usar plataformas digitales.

DiDi Food se mantiene como la aplicación preferida con un 31.6% de las menciones; destaca que es la única aplicación en aumentar su preferencia, comparado con el 28.5% en julio. Uber Eats bajó de 27.8% en julio a 26.5% en octubre. Cabe mencionar que un 17.9% de los establecimientos encuestados no sabe cuál aplicación prefiere.

Figura 24. De las plataformas que utiliza para vender a domicilio, ¿cuál plataforma prefiere?



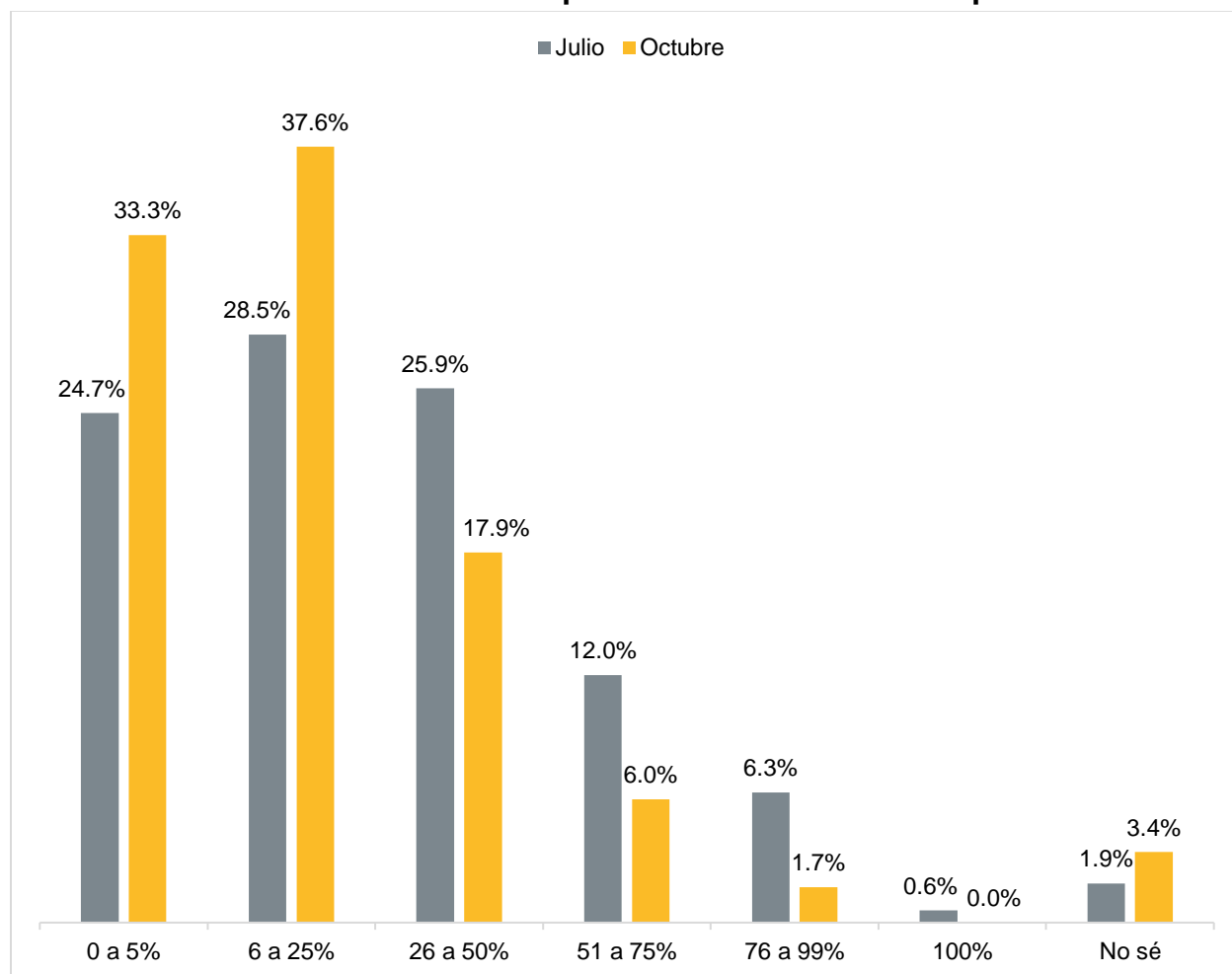
Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: Esta pregunta aplica solo a los que mencionan usar plataformas digitales.

El 33.3% de los establecimientos mencionó que, en promedio, las ventas a través de estas aplicaciones representaron 5% o menos del total de sus ingresos durante el último mes. Mientras que para el 70.9% de los restaurantes las ventas a través de estas aplicaciones representaron en promedio 25% o menos del total de sus ingresos durante el último mes.

Comparado con las ventas de la encuesta anterior, se observa una caída en la participación de los ingresos de los pedidos realizados por los clientes en estas aplicaciones.

Figura 25. Durante el último mes, ¿qué porcentaje de los ingresos del establecimiento se deben a los pedidos a través de estas aplicaciones?



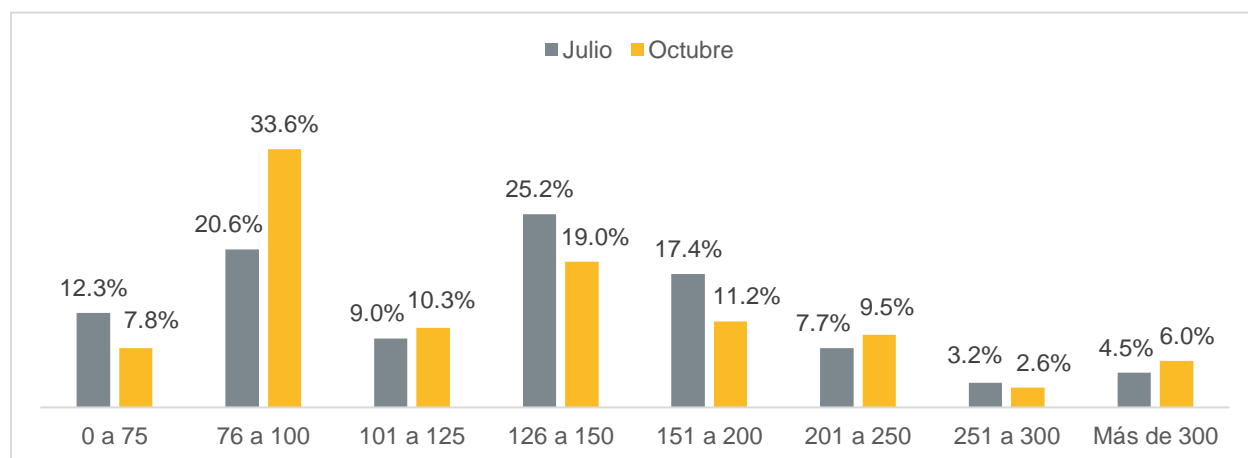
Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota. Los ingresos se refieren a los del mes previo al periodo de cada levantamiento, es decir, las ventas de junio y septiembre. Los porcentajes no suman 100 debido al redondeo. Esta pregunta aplica solo a los que mencionan usar plataformas digitales.

El 81.9% de los restaurantes dijeron tener pedidos promedio de \$200 o menos, mientras que solo el 6.0% de los negocios respondieron tener más de \$300 de gasto promedio por pedido.

Los restaurantes que mencionaron que su pedido promedio era de \$100 o menos aumentaron de 32.9% en junio a 41.1% en septiembre. Asimismo, los restaurantes con pedidos promedio de \$200 o más crecieron de 15.4% en julio a 18.1% en octubre.

Figura 26. ¿Cuál es el gasto promedio de un pedido en estas plataformas digitales?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: Los gastos promedio se refieren a los del mes previo al periodo de cada levantamiento, es decir, los de junio y septiembre. Esta pregunta aplica solo a los que mencionan usar plataformas digitales.

Tabla 5. ¿Cuál es el gasto promedio de un pedido en estas plataformas digitales? julio y octubre de 2020

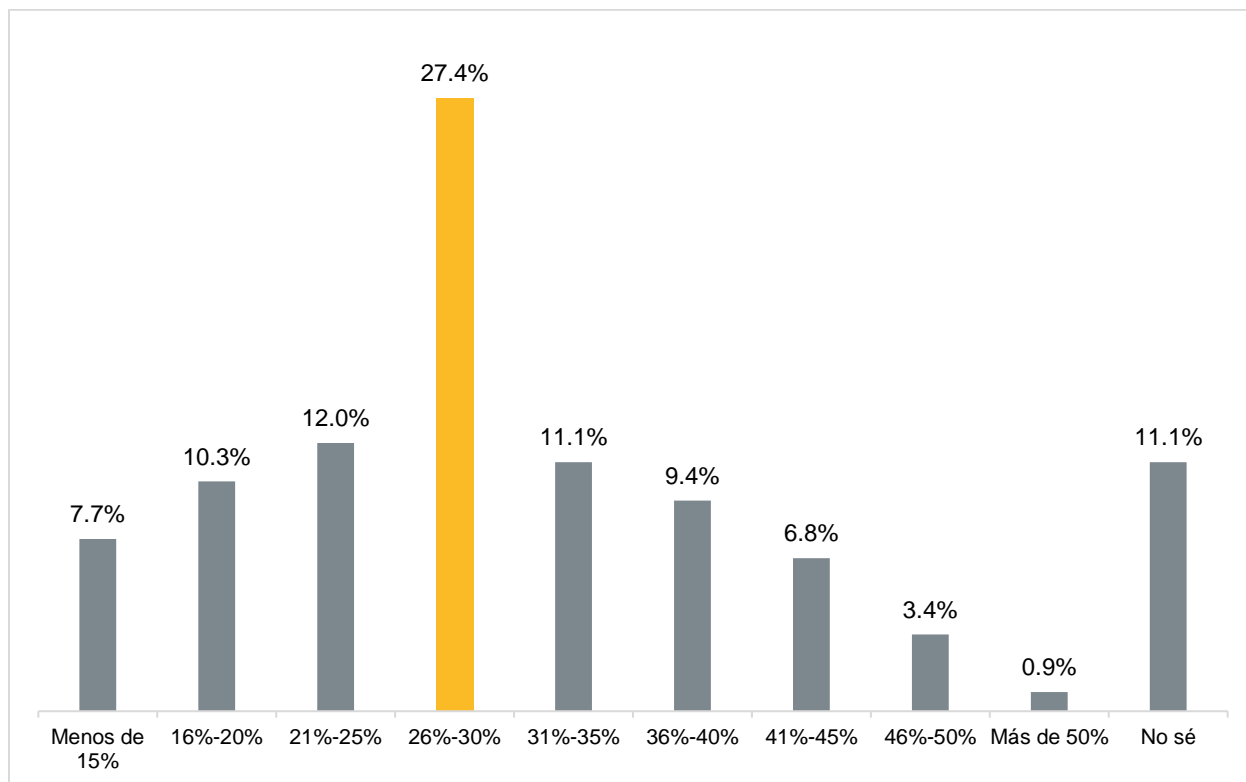
	Julio	Octubre	Octubre acumulado
Menos de \$100	32.9%	41.4%	41.4%
\$101 a \$200	51.6%	40.5%	81.9%
Más de \$200	15.4%	18.1%	100.0%
Total	100.0%	100.0%	

Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: Esta pregunta aplica solo a los que mencionan usar plataformas digitales. Los porcentajes no suman 100% debido a que es de respuesta múltiple.

El 20.5% de los encuestados afirmó que los cobros por comisiones e impuestos superan el 35.0% de las ventas, mientras que solo el 7.7% paga menos del 15% de comisiones e impuestos del total de las ventas.

Figura 27. Aproximadamente, ¿qué porcentaje de las ventas realizadas por estos medios representan las comisiones e impuestos de estas aplicaciones?, octubre 2020

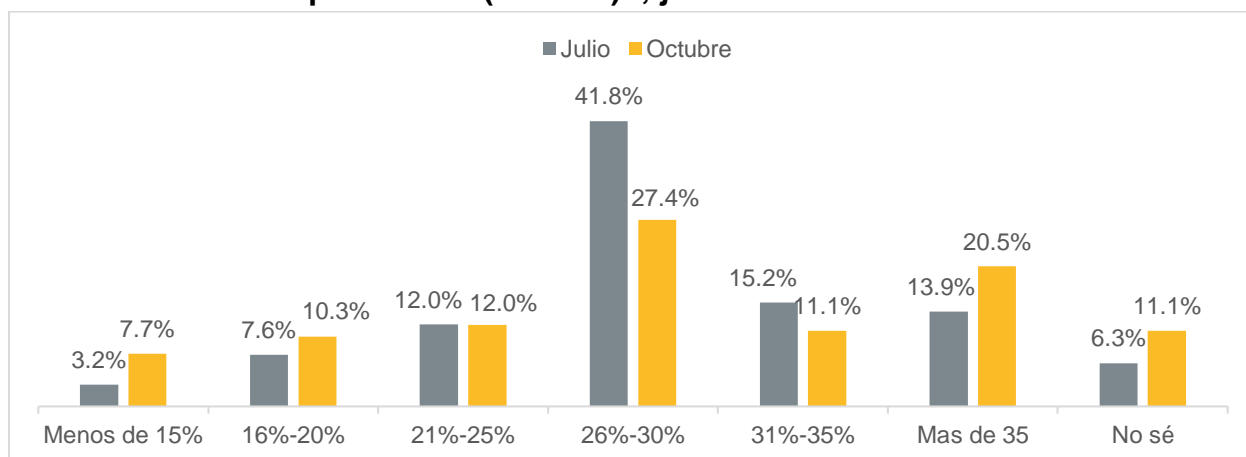


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: Esta pregunta aplica solo a los que mencionan usar plataformas digitales.

Los establecimientos que mencionaron que los cobros de las aplicaciones (comisiones en julio y comisiones e impuestos en octubre) superan el 30% de las ventas aumentaron de 29.1% en julio a 31.6% en octubre. Mientras que los restaurantes que desconocen el porcentaje de estos cobros crecieron de 6.3% en julio a 11.1% en octubre.

Figura 28. Aproximadamente, ¿qué porcentaje de las ventas realizadas por estos medios representan las comisiones(julio)/ comisiones e impuestos de estas aplicaciones(octubre)?, julio vs octubre 2020



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: En julio se preguntó solamente sobre el porcentaje de las ventas que representan las comisiones. Esta pregunta aplica solo a los que mencionan usar plataformas digitales. En la encuesta de octubre se incluyen comisiones e impuestos de las aplicaciones.

Tabla 6. Aproximadamente, ¿qué porcentaje de las ventas realizadas por estos medios representan las comisiones(julio)/ comisiones e impuestos de estas aplicaciones(octubre)? julio y octubre de 2020

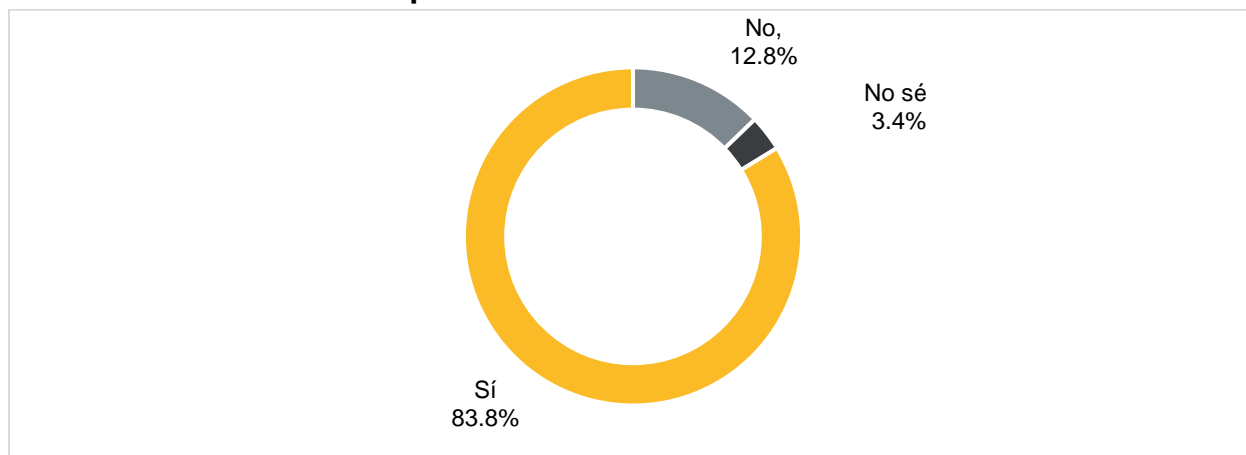
Cobros de aplicaciones	Julio	Octubre
30% o menos	64.6%	57.3%
Más de 30%	29.1%	31.6%
No sé	6.3%	11.1%
Total	100.0%	100.0%

Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: En julio se preguntó solamente sobre el porcentaje de las ventas que representan las comisiones. En octubre se incluye comisiones e impuestos de las aplicaciones. Esta pregunta aplica solo a los que mencionan usar plataformas digitales. Los porcentajes no suman 100% debido a que es de respuesta múltiple.

El 83.8% los encuestados respondió que los precios que ofrece en las aplicaciones son mayores a los que ofrece en su establecimiento.

Figura 29. ¿Los precios de su menú en aplicaciones digitales son más altos que los que ofrece en su establecimiento?

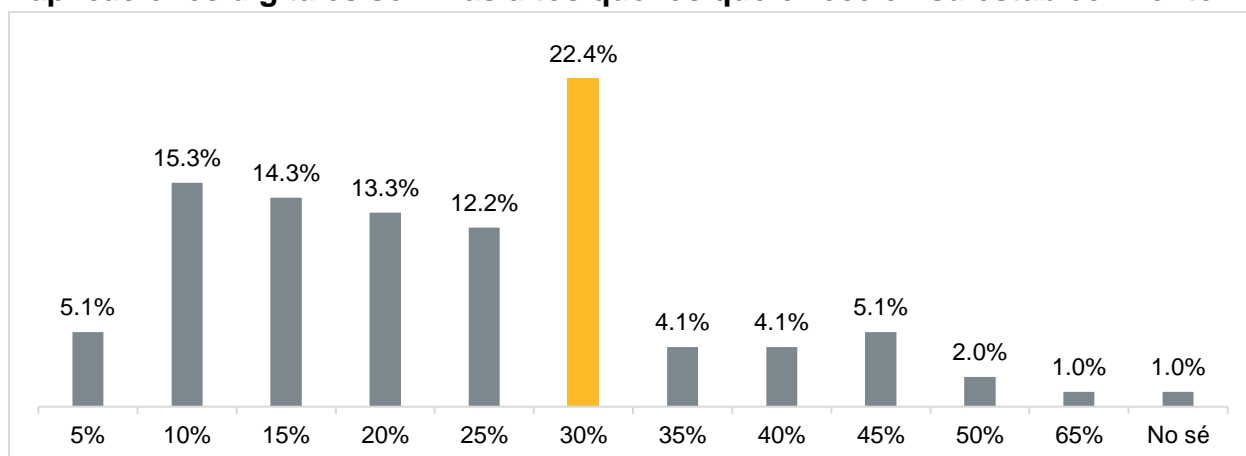


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: Esta pregunta aplica solo a los que mencionan usar plataformas digitales.

De los restaurantes que respondieron que el precio que ofrecen en las aplicaciones es superior al que ofrecen en su establecimiento, el 22.4% respondió que es aproximadamente 30% más alto. Esta cifra coincide con el porcentaje pagado en comisiones e impuestos, donde la mayor frecuencia se alcanza en un porcentaje de 25% a 30%.

Figura 30. Aproximadamente ¿qué en qué porcentaje los precios de su menú en aplicaciones digitales son más altos que los que ofrece en su establecimiento?

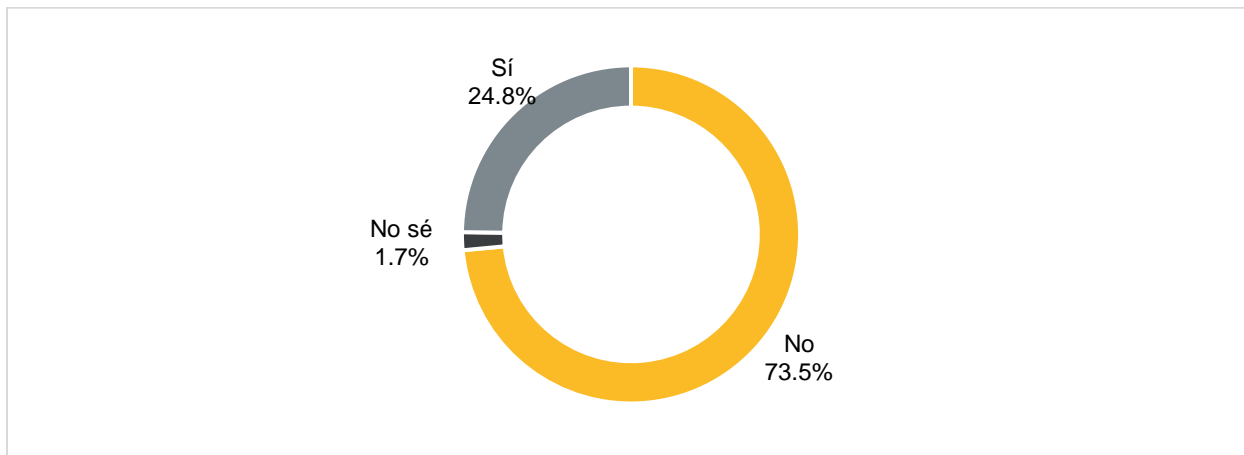


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: Esta pregunta aplica solo a los que mencionan usar plataformas digitales.

El 24.8% de los restaurantes respondieron haber aumentado los precios ofrecidos en las aplicaciones.

Figura 31. ¿Ha aumentado los precios ofrecidos en el menú de la aplicación en los últimos 3 meses?

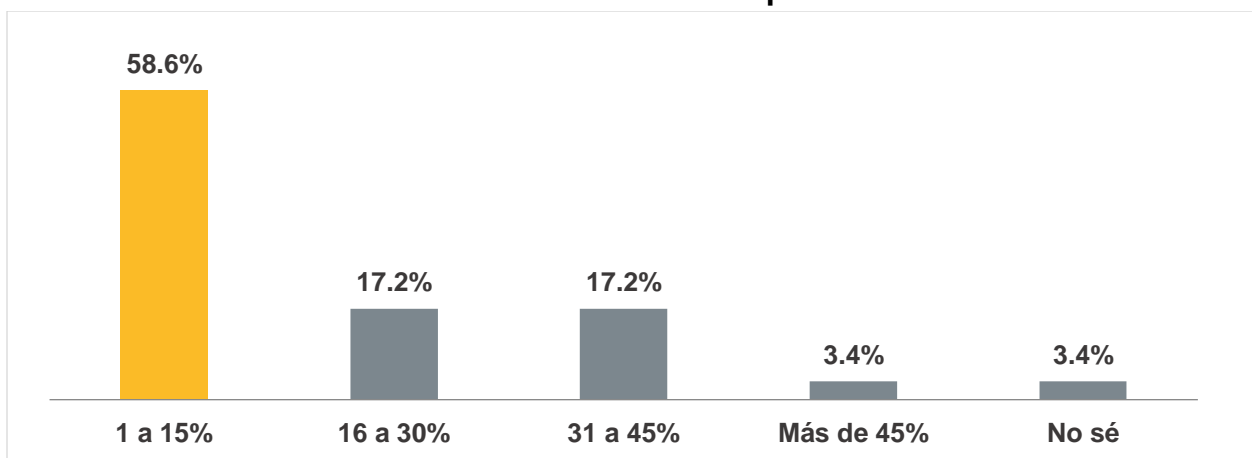


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: Esta pregunta aplica solo a los que mencionan usar plataformas digitales.

Del total de restaurantes que reportaron haber aumentado los precios en el menú de la aplicación durante los últimos tres meses, el 58.6% respondió que este aumento fue de entre 1 y 15%.

Figura 32. Aproximadamente ¿en qué porcentaje ha aumentado los precios ofrecidos en el menú de la aplicación?

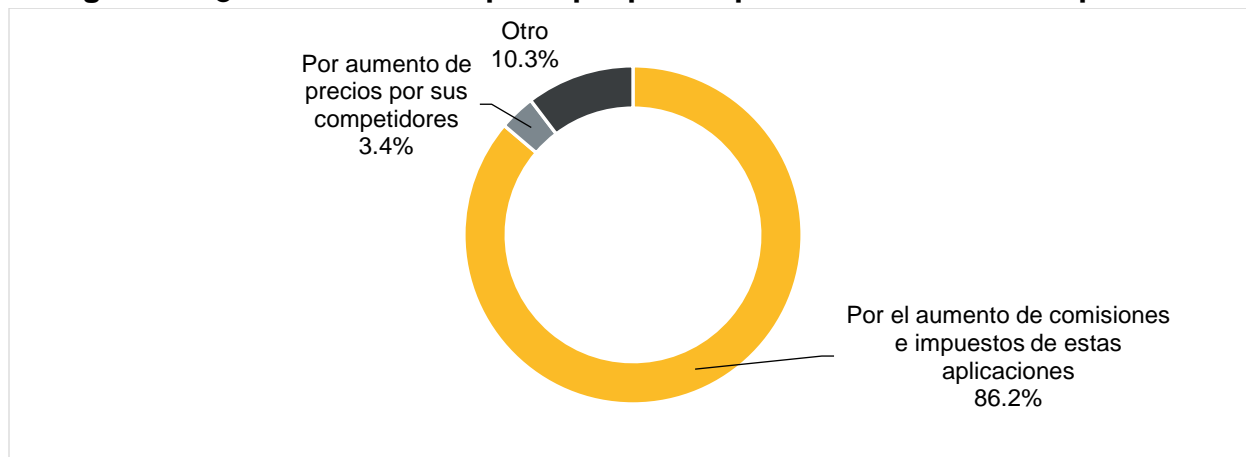


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: Esta pregunta aplica solo a los que mencionan usar plataformas digitales.

La principal razón por la cual los establecimientos elevaron sus precios en los últimos tres meses es por el aumento de comisiones e impuestos de estas aplicaciones, con 86.2% de las respuestas de quienes contestaron, que aumentaron sus precios en el menú de aplicaciones.

Figura 33. ¿Cuál es la razón principal por la que ha aumentado sus precios?

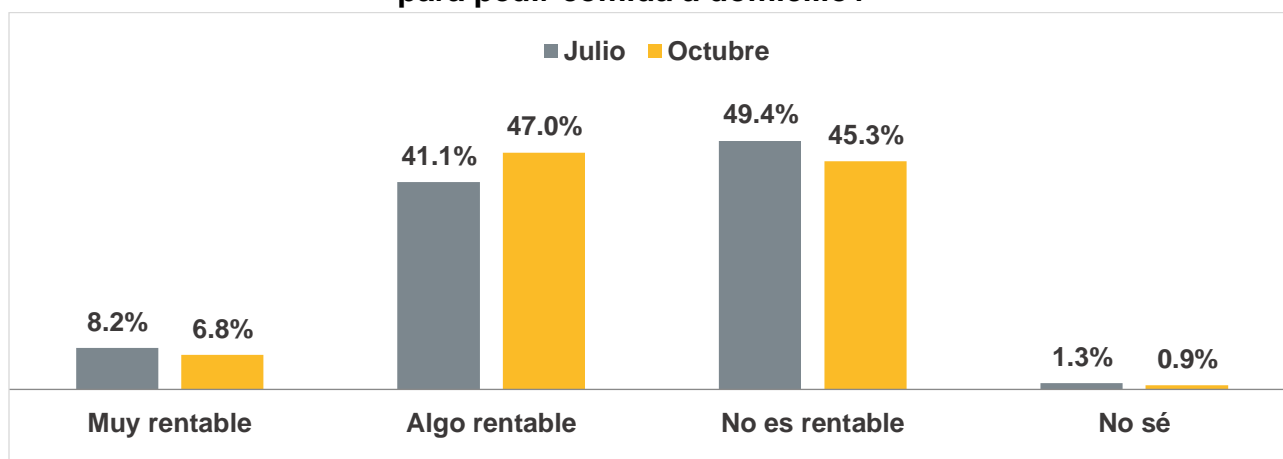


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: Esta pregunta aplica solo a los que mencionan usar plataformas digitales.

El 45.3% de los negocios que usan aplicaciones mencionó que no le es rentable el uso de estas plataformas, mientras que solo 6.8% dijo que les era muy rentable.

Figura 34. ¿Qué tan rentable considera que le es vender a través de aplicaciones para pedir comida a domicilio?

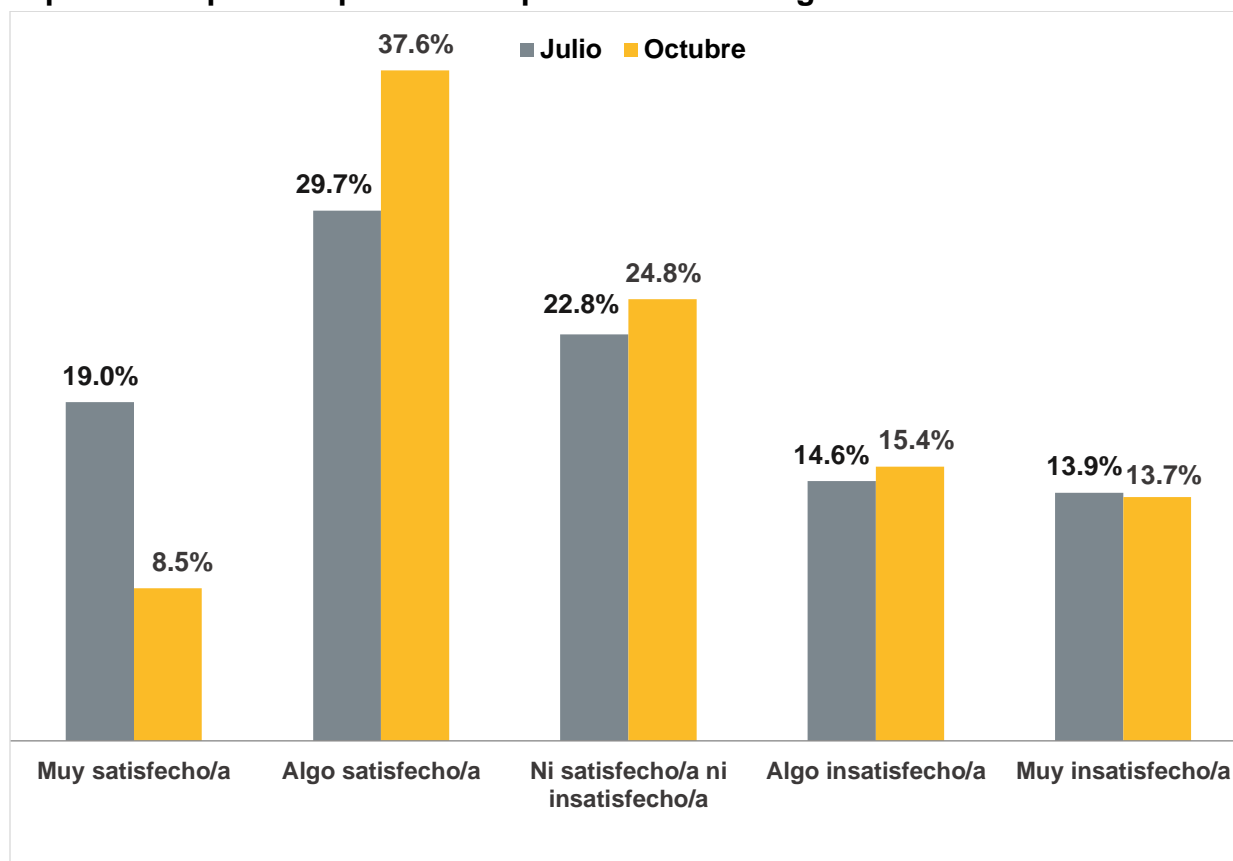


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: Esta pregunta aplica solo a los que mencionan usar plataformas digitales.

De julio a octubre, la proporción de restaurantes que dijeron estar muy o algo satisfechos con las aplicaciones de entregas de comida a domicilio, disminuyó de 48.7% a 46.2%. El porcentaje que menciona estar muy satisfecho se redujo de 19.0% en julio a 8.5% en octubre.

Figura 35. En general, ¿qué tan satisfecho/a se siente respecto a los servicios proveídos por las aplicaciones para realizar entregas de comida a domicilio?

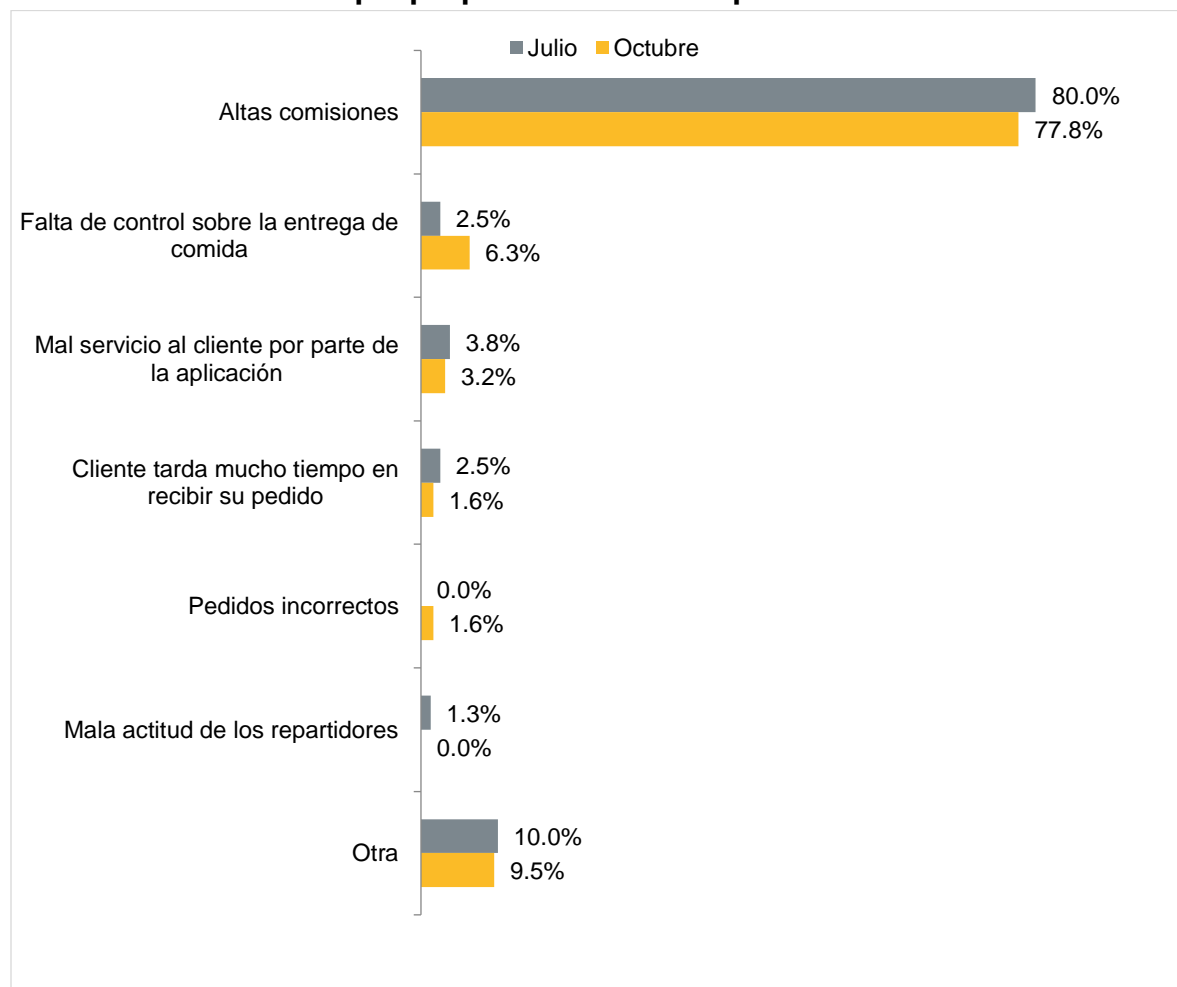


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: Esta pregunta aplica solo a los que mencionan usar plataformas digitales.

La principal razón por la cual los establecimientos están insatisfechos con las aplicaciones son sus altas comisiones con 77.8% de las respuestas de quienes contestaron que no están satisfechos con el servicio que proporcionan.

Figura 36. ¿Cuál es la principal razón por la que no está satisfecho con el servicio que proporcionan estas aplicaciones?

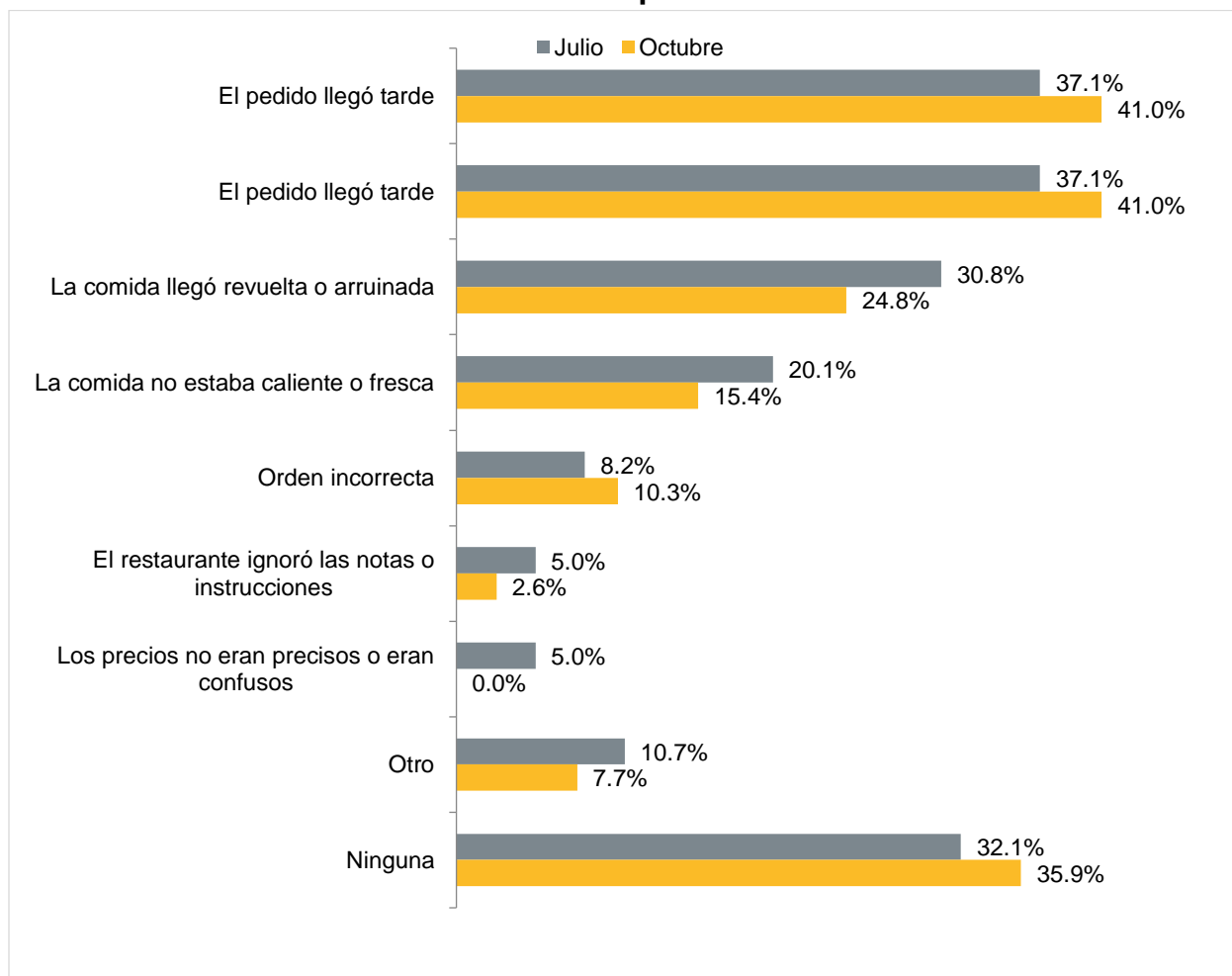


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: Esta pregunta aplica solo a los que mencionan usar plataformas digitales.

La principal queja que reciben los restaurantes por parte de los clientes por el uso de aplicaciones es que el pedido llegó tarde, con 41.0%, seguida de que la comida llegó revuelta o arruinada con un 24.8% y que la comida no estaba caliente o fresca con 15.4%.

Figura 37. ¿Cuáles son las quejas que comúnmente recibe de los clientes por el uso de estas aplicaciones?



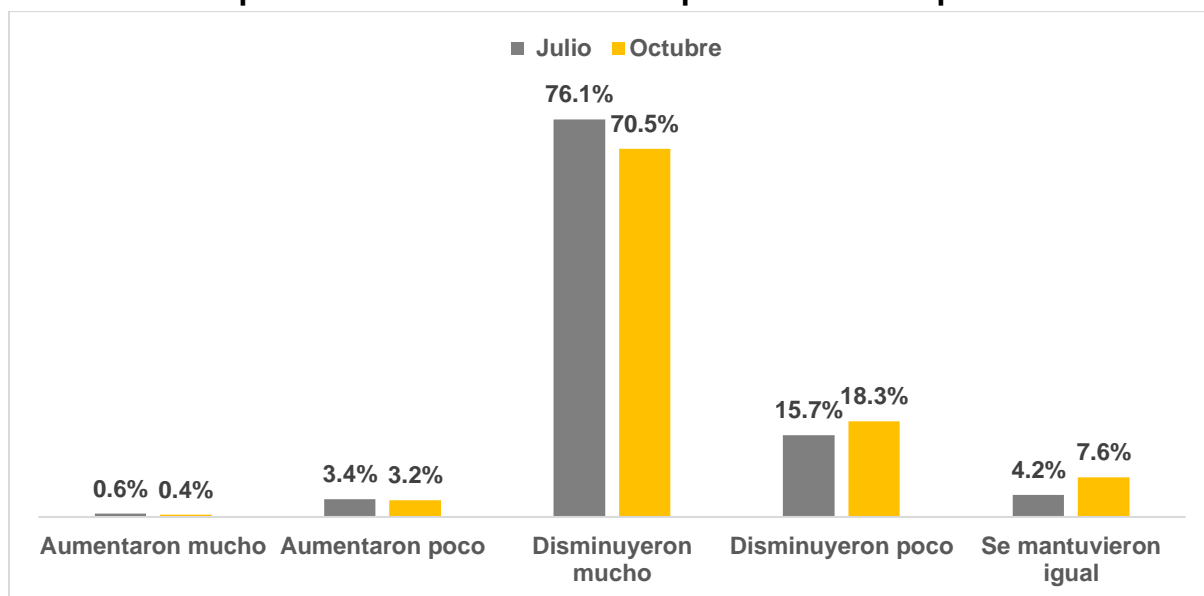
Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: Esta pregunta aplica solo a los que mencionan usar plataformas digitales. Los porcentajes no suman 100% debido a que se puede seleccionar más de una respuesta.

II.3 Impacto por COVID-19 y medidas sanitarias en el establecimiento

El 70.5% de la totalidad de los restaurantes encuestados mencionan que sus ventas disminuyeron mucho durante el mes de septiembre comparado con el mismo mes del año anterior. Este porcentaje es menor a lo reportado en el levantamiento de julio cuando se les preguntó cómo se habían comportado las ventas en junio con respecto a junio de 2019, pues el 76.1% mencionaron que las ventas disminuyeron mucho en esa encuesta.

Figura 38. Comparando con el mismo mes del año anterior, ¿cómo se comportaron las ventas de su empresa durante septiembre?

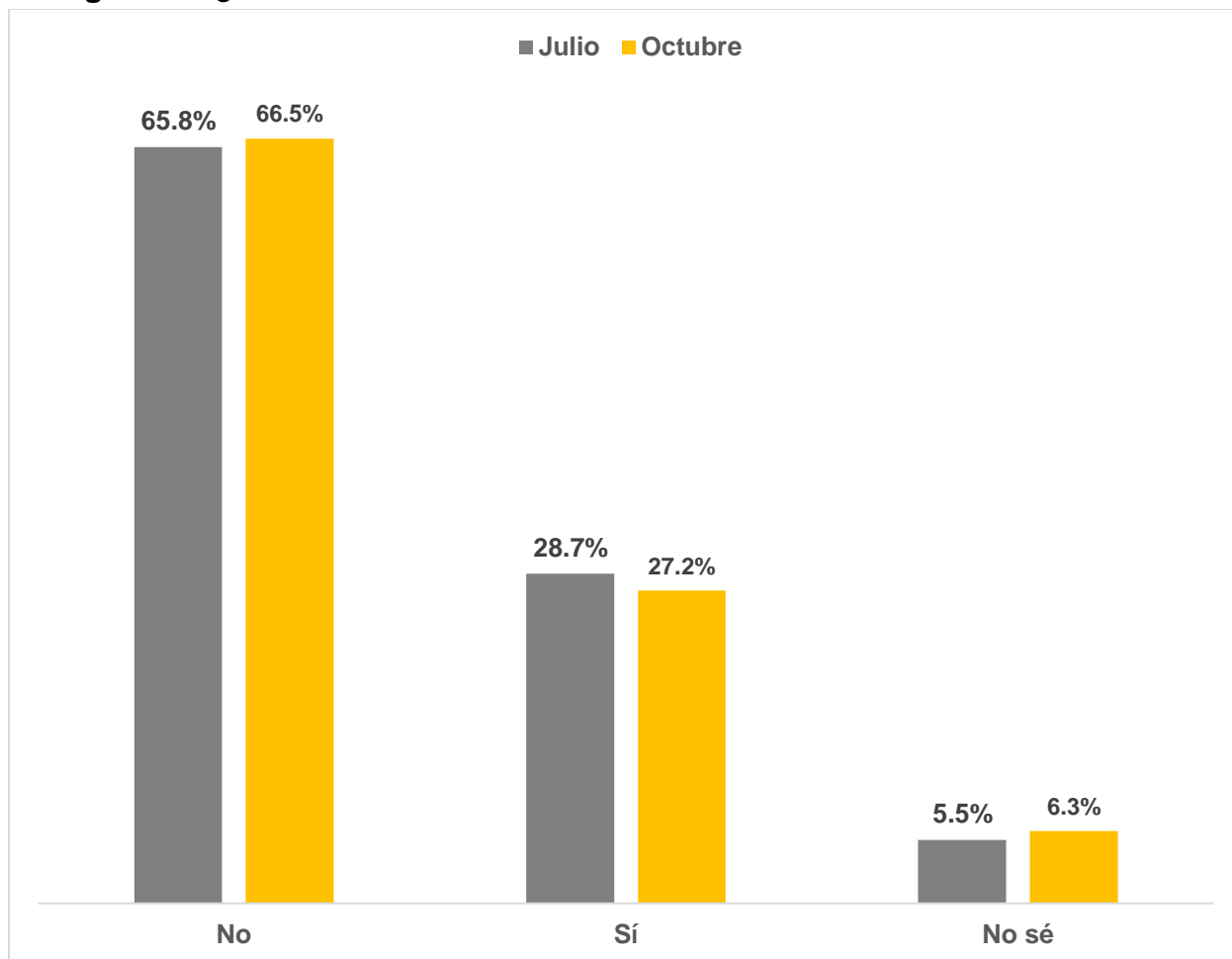


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: En el levantamiento de julio se preguntó cómo se comportaron las ventas en junio con respecto a junio del año anterior.

El 66.5% de los establecimientos menciona que no ha considerado cerrar de manera definitiva durante el mes de octubre, cifra ligeramente superior a la de julio, que fue de 65.8%. Durante octubre el 27.2% menciona que ha considerado cerrar su restaurante de manera definitiva.

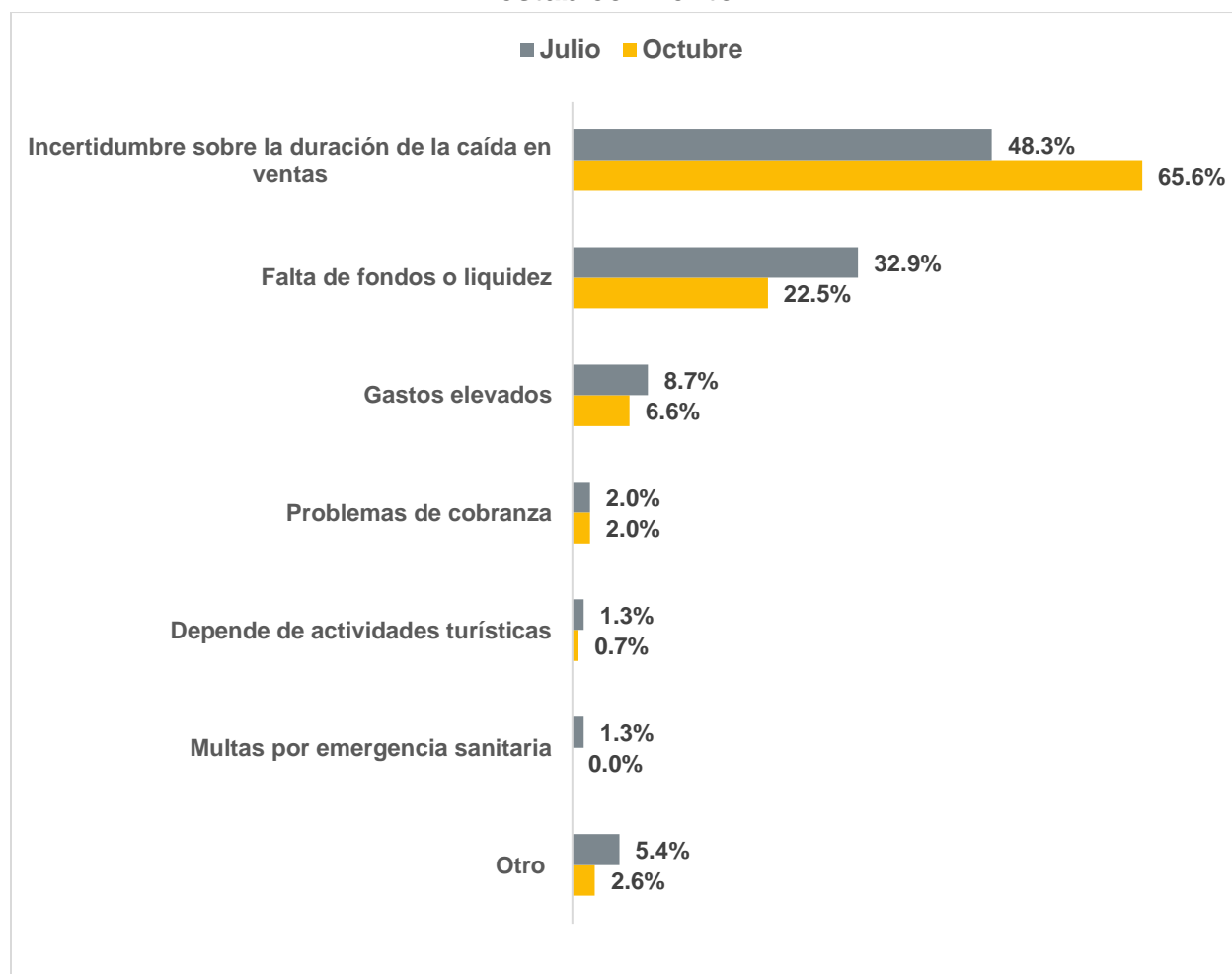
Figura 39. ¿Ha considerado cerrar su establecimiento de manera definitiva?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

De los establecimientos que han considerado cerrar de manera definitiva, la principal razón sería la incertidumbre en la duración de las caídas en las ventas, con un 65.6% de las respuestas durante el mes de octubre, mientras que para el mes de julio solo tuvo el 48.3% de las menciones. La segunda razón para cerrar de manera definitiva es por falta de fondos, con el 22.5% de las respuestas.

Figura 40. ¿Cuál considera sería la principal razón para cerrar su establecimiento?

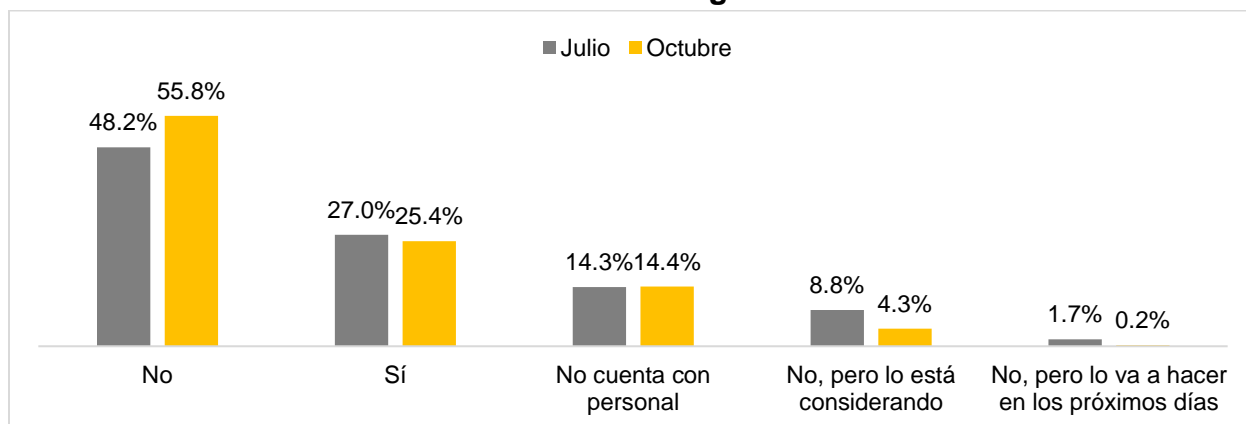


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: Multas por emergencia sanitaria no hubo respuestas para el mes de octubre.

Durante octubre, el 55.8% de los establecimientos menciona que no se ha visto en la necesidad de despedir personal debido a la contingencia, mientras que el 25.4% sí ha despedido personal y un 4.3% lo está considerando.

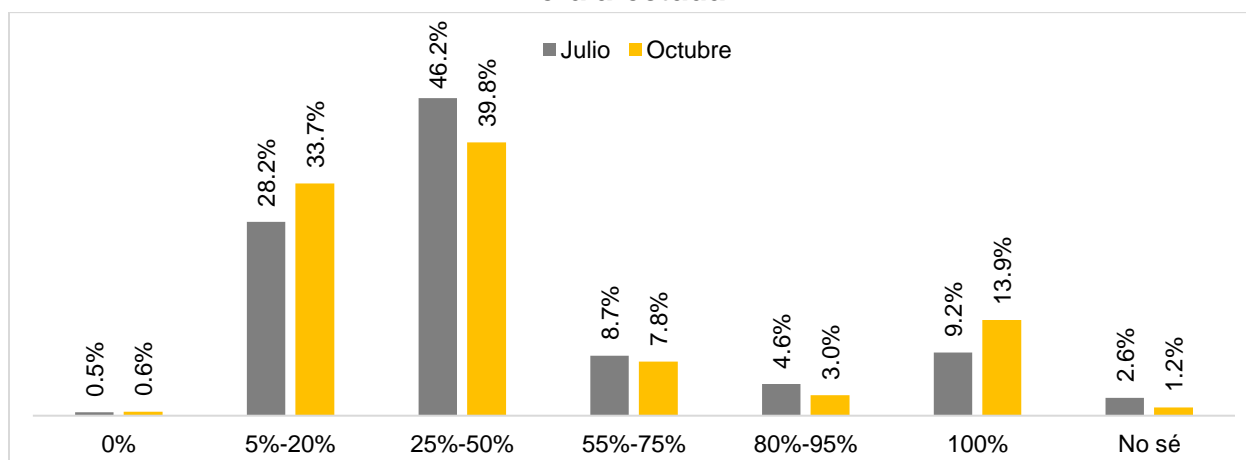
Figura 41. ¿Su establecimiento se ha visto en la necesidad de despedir personal debido a la contingencia?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

De los restaurantes que respondieron en el mes de octubre que han despedido o considerado despedir, 39.8% mencionaron que entre el 25% a 50% de plantilla laboral fue o será afectada, este porcentaje es menor en comparación con el mes de julio (46.2%). Para el 13.9% de los establecimientos que consideran despedir a personal o ya lo hicieron, la afectación es del 100% de la plantilla laboral.

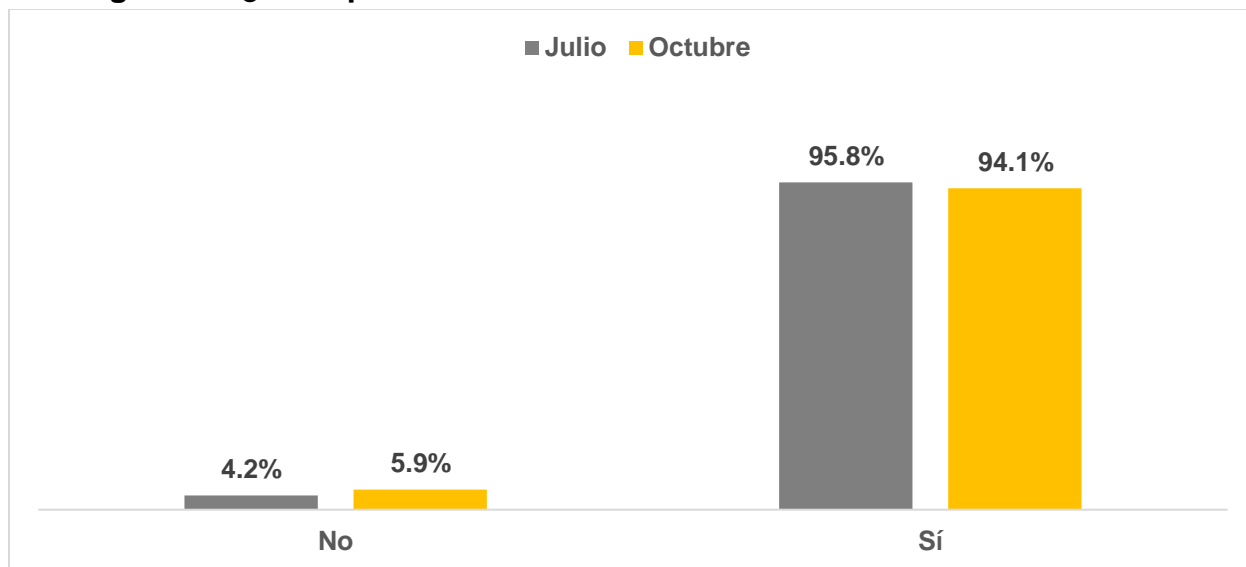
Figura 42. ¿Qué porcentaje del total de su plantilla laboral considera que fue o se verá afectada?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

En octubre, el 94.1% de los establecimientos menciona que sí han implementado medidas sanitarias en su establecimiento, porcentaje muy similar al de julio que fue de 95.8%, el restante 5.9% de los establecimientos menciona que no ha implementado medidas sanitarias.

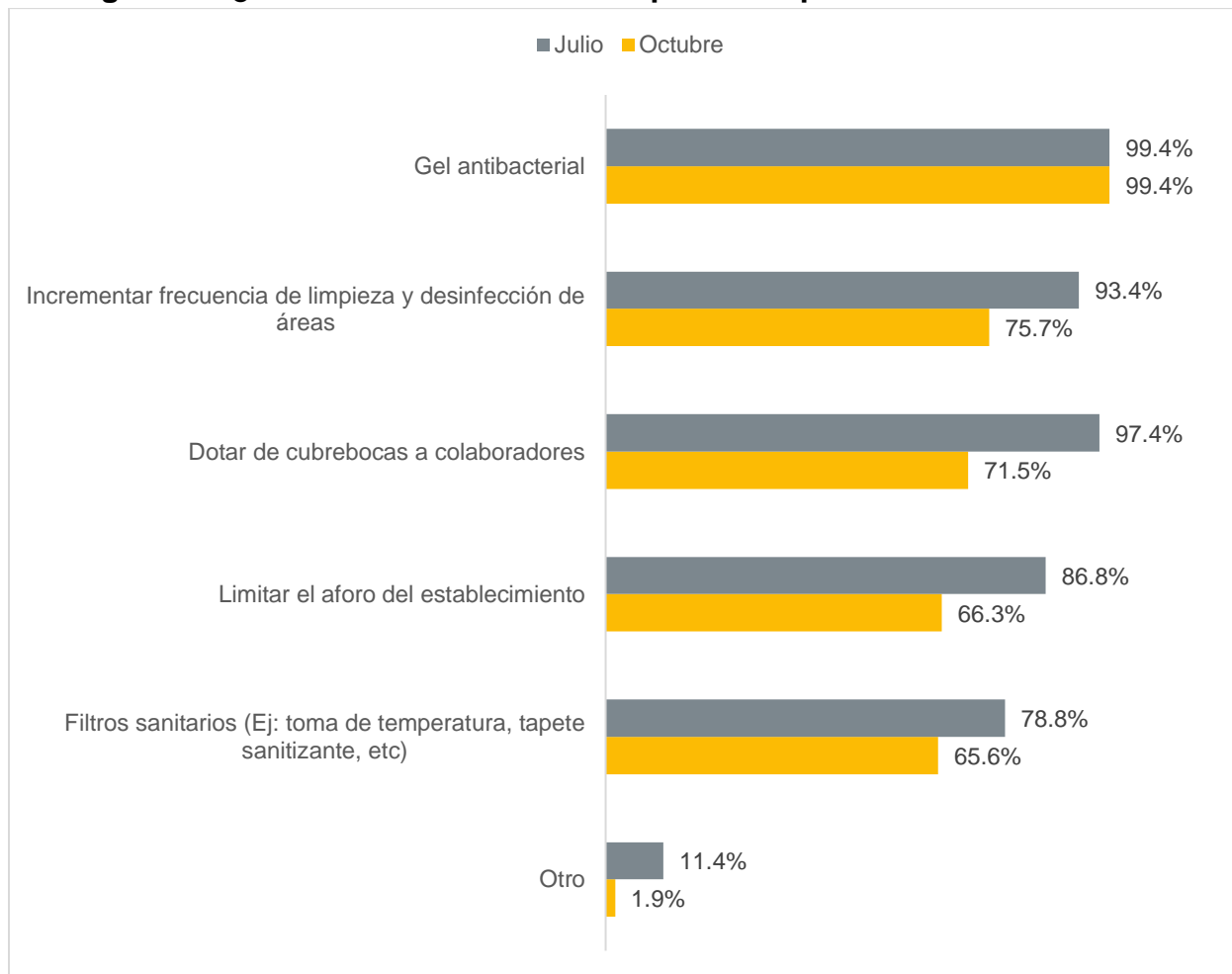
Figura 43. ¿Ha implementado medidas sanitarias en su establecimiento?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

La medida más común entre los que respondieron que han implementado medidas sanitarias fue dotar de antibacterial (99.4%), seguido por el incremento de frecuencia de limpieza y desinfección de áreas (75.7%).

Figura 44. ¿Qué medidas sanitarias implementó para su establecimiento?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: Los porcentajes no suman 100% debido a que es respuesta múltiple.

III Conclusiones

Los resultados del estudio muestran que, en octubre de este año, el 22.9% de los restaurantes con entrega a domicilio y/o servicio de orden y recoja venden por medio de aplicaciones digitales. Este porcentaje fue menor al observado en julio de 2020, cuando esta cifra fue de 45.8%.

La razón principal por la que los restaurantes no utilizan aplicaciones de entregas de comida a domicilio (32.1%) es por las altas comisiones o el no ser rentable su uso, mientras que la falta de interés o desconfianza es la segunda razón más mencionada (25.1%).

De los restaurantes que usan plataformas, la principal aplicación utilizada por los restaurantes fue DiDi Food (70.1%), seguida de Rappi (53.0%) y Uber Eats (48.7%). Además, DiDi Food fue considerada como la que cobra menos comisiones por un mayor porcentaje de los restaurantes (31.6%). Asimismo, DiDi Food es la plataforma preferida por una mayor proporción de establecimientos (31.6%). Sin embargo, Uber Eats se mantiene como la plataforma que genera mayores ingresos a los restaurantes, con un 32.5% de las menciones.

Por otro lado, para el 70.9% de los restaurantes que usan estas plataformas, las ventas a través de las aplicaciones representan el 25% o menos del total de los ingresos.

Del total de restaurantes que usan aplicaciones que aumentaron los precios en los últimos 3 meses, el 58.6% de ellos aumentó de entre 1% y 15%, siendo la razón principal el aumento de comisiones e impuestos de estas aplicaciones.

En la encuesta de octubre de 2020, el 70.5% de los encuestados mencionaron que las ventas disminuyeron mucho con respecto a las ventas del mismo mes del año anterior debido a la pandemia. Asimismo, 27.2% de los encuestados mencionó haber pensado en cerrar de manera definitiva, siendo la incertidumbre sobre la duración de la caída en ventas la principal razón para cerrar el negocio.

Finalmente, el 25.4% de los establecimientos se han visto en la necesidad de despedir personal debido a la contingencia, mientras que 94.1% de los encuestados mencionan haber implementado medidas sanitarias en el establecimiento.

Anexo. Nota metodológica

A1. Diseño conceptual de la encuesta

El objetivo principal del estudio es conocer el grado de uso de las plataformas digitales de entrega de comida en los restaurantes de Jalisco que permita delinear acciones para la toma de decisiones en el contexto de las afectaciones económicas por la pandemia de COVID-19.

Para lo anterior, se levantó una encuesta en línea y por teléfono a las unidades económicas del ramo restauranero de la entidad. La estrategia de levantamiento se realizó por tres vías, que a continuación se enlistan.

- i) El método principal fue con una encuesta telefónica con base en un muestreo aleatorio simple de los teléfonos registrados en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) de INEGI, actualizado con los Censos Económicos 2019, y que además no contaran con correo electrónico, puesto que la encuesta se enviaría también por esa vía para evitar duplicidades. Por esta vía se levantaron 438 encuestas, lo que representa el 78.8% del total de la muestra.
- ii) La segunda parte de la estrategia de levantamiento fue con una encuesta en línea enviada por correo electrónico a todos los restaurantes registrados en el DENUE que contaran con correo válido, excluyendo a las unidades económicas con número telefónico. Asimismo, se realizó una búsqueda de restaurantes por internet para ubicar el correo electrónico, en caso de que no contara con correo electrónico en el DENUE. Por este medio se encuestaron a 102 restaurantes, esto es, 18.3% del total de la muestra alcanzada.
- iii) La tercera fue un levantamiento en línea; se generó una liga con el cuestionario la cual se compartió con la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC) Jalisco para su distribución entre sus socios en la entidad. Con este medio se levantaron solamente 16 encuestas o 2.9% del total.

A2. Unidad de observación

La unidad de observación es el establecimiento de Jalisco con las siguientes actividades, según el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN):

- 722310 Servicios de comedor para empresas e instituciones

- 722320 Servicios de preparación de alimentos para ocasiones especiales
- 722330 Servicios de preparación de alimentos en unidades móviles
- 722511 Restaurantes con servicio de preparación de alimentos a la carta o de comida corrida
- 722512 Restaurantes con servicio de preparación de pescados y mariscos
- 722513 Restaurantes con servicio de preparación de antojitos
- 722514 Restaurantes con servicio de preparación de tacos y tortas
- 722515 Cafeterías, fuentes de sodas, neverías, refresquerías y similares
- 722516 Restaurantes de autoservicio
- 722517 Restaurantes con servicio de preparación de pizzas, hamburguesas, hot dogs y pollos rostizados
- 722518 Restaurantes que preparan otro tipo de alimentos para llevar

A3. Cobertura geográfica

La cobertura geográfica de la encuesta es estatal.

A4. Muestra

La encuesta telefónica se realizó con un muestreo aleatorio simple con un tamaño de muestra efectiva de 438 restaurantes encuestados, que arroja un margen de error de 4.7% y un nivel de confianza del 95%.

La parte del levantamiento realizada en línea, tanto por correo como el cuestionario compartido a CANIRAC fue no probabilística, por lo que existe un sesgo de autoselección por parte de los informantes, ya que ellos son los que deciden si quieren participar al contestar el cuestionario a través de la liga adjunta. Por este medio se levantaron 102 encuestas con los correos enviados por el IIEG, y 16 con la liga compartida a CANIRAC.

Por lo tanto, en total, se levantaron 556 encuestas completas.

A5. Cobertura temática

El cuestionario se encuentra al final de este documento y contiene los siguientes temas:

- Información general de la unidad económica (ubicación, giro, tamaño, dueño o dueña, etc.)
- Entrega de comida a domicilio y uso de plataformas digitales
- Impacto por COVID-19 y medidas sanitarias en el establecimiento

A6. Periodo de levantamiento

El periodo de levantamiento fue del 1 al 16 de octubre de 2020.

A7. Cuestionario

Encuesta a Restaurantes sobre el Uso de Plataformas Digitales y Afectaciones Económicas por COVID-19, segundo levantamiento

El objetivo principal de este cuestionario es generar información estadística periódica sobre el uso de plataformas digitales de entrega de comida que ayude al análisis del uso de las nuevas tecnologías en el desempeño y evolución de los negocios en la industria restaurantera de Jalisco.

Este cuestionario incluye un apartado para generar información estadística de las afectaciones económicas que está ocasionando la pandemia de COVID-19 a este sector, así como identificar las adecuaciones en sus operaciones que han tenido que realizar, así como las medidas de prevención que llevan o llevarán a cabo en sus establecimientos ante la reapertura de actividades.

De acuerdo con el Artículo 3 de la Ley Orgánica del Instituto de Información Estadística y Geográfica del Estado de Jalisco, el Instituto tiene por objeto buscar, recabar, clasificar, integrar, inventariar, analizar, elaborar, validar y difundir la información estadística, para facilitar y aportar certidumbre a la integración del presupuesto, programación y planeación de las políticas públicas para el desarrollo de la entidad.

La información que nos comparta será estrictamente confidencial y no será utilizada para otro fin que no sea el estadístico. Puede consultar nuestro aviso de privacidad en https://www.iieg.gob.mx/Aviso_privacidad.pdf

Si tiene dudas sobre este cuestionario puede enviarnos un correo a economia@iieg.gob.mx

I. Características generales del establecimiento

1. Nombre del establecimiento/empresa (opcional):

2. ¿En qué municipio se encuentra su establecimiento? (Si tiene varias ubicaciones elija donde concentra la mayor proporción de la operación)

- Lista de municipios

3. ¿A qué giro pertenece principalmente su establecimiento?

- Restaurantes con servicio de preparación de alimentos a la carta o de comida corrida
- Restaurantes de autoservicio
- Restaurantes con servicio de preparación de antojitos
- Restaurantes con servicio de preparación de tacos y tortas
- Restaurantes con servicio de preparación de pescados y mariscos
- Restaurantes con servicio de preparación de pizzas, hamburguesas, hot dogs y pollos rostizados para llevar
- Restaurantes que preparan otro tipo de alimentos para llevar
- No sé
- Otro (Por favor especifique)

4. ¿Cuántos empleados tiene?

- 1 a 5
- 6 a 10
- 11 a 30
- 31 a 50
- 51 a 100
- 101 a 250
- 251 y más

5. ¿Cuál es el sexo del dueño o socio principal del establecimiento?

- Hombre
- Mujer
- No sé

6. Aproximadamente, ¿qué porcentaje de sus trabajadores son mujeres?

- 0%
- 5%
- 10%
- 15%
- 20%
- 25%
- 30%
- 35%
- 40%

- 45%
- 50%
- 55%
- 60%
- 65%
- 70%
- 75%
- 80%
- 85%
- 90%
- 95%
- 100%
- No sé

7. Aproximadamente, ¿a qué porcentaje de capacidad (o aforo) se encuentra operando su establecimiento?

- Cerrado temporalmente
- Cerrado definitivamente
- 5%
- 10%
- 15%
- 20%
- 25%
- 30%
- 35%
- 40%
- 45%
- 50%
- 55%
- 60%
- 65%
- 70%
- 75%
- 80%
- 85%
- 90%
- 95%
- 100%
- No sé

8. ¿Cuántos años lleva su negocio abierto?

- Menos de 1

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10
- 11
- 12
- 13
- 14
- 15
- 16
- 17
- 18
- 19
- 20
- 21
- 22
- 23
- 24
- 25
- 26
- 27
- 28
- 29
- 30
- 31
- 32
- 33
- 34
- 35
- 36
- 37
- 38
- 39
- 40
- 41
- 42
- 43
- 44
- 45
- 46
- 47

- 48
- 49
- 50
- Más de 50
- No sé

9. ¿Se encuentra afiliado a la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC)?

- Sí
- No
- No sé

10. ¿Su establecimiento forma parte de una franquicia?

- Sí
- No
- No sé

11. ¿Su establecimiento se encuentra dentro de un hotel o resort turístico?

- Sí
- No
- No sé

12. Su establecimiento cuenta con: (seleccione todas las que apliquen)

- Entrega a domicilio
- Estacionamiento y/o servicio de Valet Parking
- Área infantil
- Aire acondicionado
- Servicio de reservación
- Ordene y recoja (el cliente pasa por su alimento al establecimiento)

13. ¿Cuál es la capacidad del establecimiento (clientes sentados)?

- 1 a 10
- 11 a 20
- 21 a 30
- 31 o más
- No aplica

14. ¿Ha aumentado los precios ofrecidos en su establecimiento en los últimos 3 meses?

- Sí
- No (pase a la pregunta 16)
- No sé (pase a la pregunta 16)

15. ¿Cuál es la razón principal por la que ha aumentado sus precios?

- Por compensar caídas en ventas
- Por aumentos en precios de insumos (alimentos)
- Mayores gastos operativos
- Otra (Por favor especifique)

II. Entrega de comida a domicilio y uso de plataformas digitales

Si su establecimiento se encuentra cerrado, favor de contestar esta sección con base en la operación prepandemia.

16. ¿Su establecimiento cuenta con repartidores propios? (se pregunta solo si en la 12 contestaron “Entrega a domicilio”)

- Sí
- No (pase a la pregunta 18)
- No sé (pase a la pregunta 18)

16.1 ¿Qué medio(s) utiliza para comunicarse con sus clientes para realizar las entregas a domicilio? (por favor elija todas las que apliquen)

- Teléfono fijo
- Teléfono celular
- WhatsApp
- Facebook
- Instagram
- App interna de la empresa
- Otro (Por favor especifique)

17. ¿Su establecimiento vende por medio de aplicaciones digitales de entrega de comida a domicilio? (se pregunta solo si en la 12 contestaron “Entrega a domicilio” o “Ordene y recoja”)

- Sí (pase a la pregunta 17.2)
- No
- No sé (pase a la pregunta 18)

17.1 ¿Cuál es la razón principal por la que no utiliza aplicaciones de entregas de comida a domicilio?

- Altas comisiones/No le es rentable (pase a la pregunta 18)
- Desconoce el funcionamiento de esas aplicaciones (pase a la pregunta 18)
- No cumple con los requisitos para poder utilizarlas (pase a la pregunta 18)
- No tiene acceso a internet en su establecimiento (pase a la pregunta 18)
- No le interesan o no le dan confianza (pase a la pregunta 18)
- No hay cobertura de estas aplicaciones en el lugar donde se ubica mi establecimiento (pase a la pregunta 18)
- Otra (Por favor especifique y pase a la pregunta 18)

17.2 ¿Qué aplicación (o aplicaciones) para vender comida a domicilio utiliza en su negocio? (marque todas las que correspondan)

- Uber Eats
- Rappi
- Sin Delantal
- DiDi Food
- Otra (Por favor especifique)

17.3 De las plataformas que utiliza para vender a domicilio (marque la que corresponda):

Uber Eats Rappi Sin Delantal DiDi Food Otra No sé

¿Cuál genera mayores ingresos?

¿Cuál cobra menores comisiones?

¿Cuál plataforma prefiere?

17.4 Durante el último mes, ¿qué porcentaje de los ingresos del establecimiento se deben a los pedidos a través de estas aplicaciones?

- 0%
- 5%
- 10%
- 15%
- 20%
- 25%
- 30%
- 35%
- 40%
- 45%
- 50%
- 55%
- 60%
- 65%
- 70%
- 75%
- 80%
- 85%
- 90%
- 95%
- 100%
- No sé
- No aplica

17.5 ¿Cuál es el gasto promedio de un pedido en estas plataformas digitales? (Por favor ponga una cantidad en formato de número, por ejemplo "120" para 120 pesos)

17.6 Aproximadamente, ¿qué porcentaje de las ventas realizadas por estos medios representan las comisiones e impuestos de estas aplicaciones?

- Menos de 15%
- 16%-20%
- 21%-25%
- 26%-30%
- 31%-35%
- 36%-40%
- 41%-45%
- 46%-50%
- Más de 50%
- No sé

17.7 ¿Los precios de su menú en aplicaciones digitales son más altos que los que ofrece en su establecimiento?

- Sí
- No (pase a la pregunta 17.9)
- No sé (pase a la pregunta 17.9)

17.8 Aproximadamente ¿qué porcentaje? (solo si responden sí)

- 5%
- 10%
- 15%
- 20%
- 25%
- 30%
- 35%
- 40%
- 45%
- 50%
- 55%
- 60%
- 65%
- 70%
- 75%
- 80%
- 85%

- 90%
- 95%
- 100%
- Más de 100%
- No sé

17.9 ¿Ha aumentado los precios ofrecidos en el menú de la aplicación en los últimos 3 meses?

- Sí
- No (pase a la pregunta 17.12)
- No sé (pase a la pregunta 17.12)

17.10 Aproximadamente ¿qué porcentaje? (solo si responden sí)

- 5%
- 10%
- 15%
- 20%
- 25%
- 30%
- 35%
- 40%
- 45%
- 50%
- 55%
- 60%
- 65%
- 70%
- 75%
- 80%
- 85%
- 90%
- 95%
- 100%
- Más de 100%
- No sé

17.11 ¿Cuál es la razón principal por la que ha aumentado sus precios?

- Por compensar caídas en ventas
- Por el aumento de comisiones e impuestos de estas aplicaciones

- Por aumento de precios por sus competidores
- Otra (Por favor especifique)

17.12 ¿Qué tan rentable considera que le es vender a través de aplicaciones para pedir comida a domicilio?

- Muy rentable
- Algo rentable
- No es rentable
- No sé

17.13 En general, ¿qué tan satisfecho/a se siente respecto a los servicios proveídos por las aplicaciones para realizar entregas de comida a domicilio?

- Muy satisfecho/a (pase a la pregunta 17.15)
- Algo satisfecho/a (pase a la pregunta 17.15)
- Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a
- Algo insatisfecho/a
- Muy insatisfecho/a

17.14 ¿Cuál es la principal razón por la que no está satisfecho con el servicio que proporcionan estas aplicaciones?

- Altas comisiones
- Mal servicio al cliente por parte de la aplicación
- Falta de control sobre la entrega de comida
- Pedidos incorrectos
- Cliente tarda mucho tiempo en recibir su pedido
- Mala actitud de los repartidores
- Otra (Por favor especifique)

17.15 ¿Cuáles son las quejas que comúnmente recibe de los clientes por el uso de estas aplicaciones? (marque todas las que correspondan)

- Ninguna
- La comida no estaba caliente o fresca
- El pedido llegó tarde
- Orden incorrecta
- El restaurante ignoró las notas o instrucciones

- Los precios no eran precisos o eran confusos
- La comida llegó revuelta o arruinada
- Otra (Por favor especifique)

III. Impacto por COVID-19 y medidas sanitarias en el establecimiento

18. Comparando con el mismo mes del año anterior, ¿cómo se comportaron las ventas de su empresa durante septiembre?

- Aumentaron mucho
- Aumentaron poco
- Se mantuvieron igual
- Disminuyeron poco
- Disminuyeron mucho

19. ¿Ha considerado cerrar su establecimiento de manera definitiva?

- Sí
- No (pase a la pregunta 20)
- No sé (pase a la pregunta 20)

19.1 ¿Cuál considera sería la principal razón para cerrar su establecimiento?

- Incertidumbre sobre la duración de la caída en ventas
- Falta de fondos o liquidez
- Gastos elevados
- Problemas de cobranza
- Depende de actividades turísticas
- Multas del gobierno por la emergencia sanitaria
- Otro (Por favor especifique)

20. ¿Su establecimiento se ha visto en la necesidad de despedir personal debido a la contingencia?

- Sí
- No (pase a la pregunta 21)
- No, pero lo va a hacer en los próximos días

- No, pero lo está considerando
- No cuenta con personal (pase a la pregunta 21)

20.1 ¿Qué porcentaje del total de su plantilla laboral considera que fue o se verá afectada?

- 0%
- 5%
- 10%
- 15%
- 20%
- 25%
- 30%
- 35%
- 40%
- 45%
- 50%
- 55%
- 60%
- 65%
- 70%
- 75%
- 80%
- 85%
- 90%
- 95%
- 100%
- No sé

21. ¿Ha implementado medidas sanitarias en su establecimiento?

- Sí
- No (fin de la encuesta)

21.1 ¿Qué medidas sanitarias implementó para su establecimiento? (elija todas las que correspondan)

- Gel antibacterial
- Filtros sanitarios (Ej: toma de temperatura, tapete sanitizante, etc)
- Limitar el aforo del establecimiento
- Incrementar frecuencia de limpieza y desinfección de áreas

- Dotar de cubrebocas a colaboradores
- Otras (Por favor especifique)