

TERCER LEVANTAMIENTO

Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales



Jalisco
GOBIERNO DEL ESTADO

Fecha de publicación: **21 de abril de 2021**
Dirección de Información Estadística Económica y Financiera

Contenido

1 Introducción.....	4
2 Resultados de la encuesta	5
2.1 Características generales del establecimiento.....	5
2.2 Uso de plataformas digitales.....	16
2.3 Impacto por COVID-19.....	33
3 Conclusiones.....	38
Anexo. Nota metodológica	40
A1. Diseño conceptual de la encuesta	40
A2. Unidad de observación	40
A3. Cobertura geográfica.....	41
A4. Muestra	41
A5. Cobertura temática	41
A6. Periodo de levantamiento.....	41
A7. Cuestionario.....	42

Resumen ejecutivo

La tercera encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales se elaboró con base en una muestra efectiva de 524 establecimientos del sector restaurantero de Jalisco levantada del 1 al 15 de marzo de 2021, 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, y conocer su evolución a lo largo del tiempo al realizar una comparación con las encuestas levantadas en julio y octubre de 2020. Los principales resultados en marzo de 2021 son los siguientes.

El servicio de ordena y recoja es la característica que más mencionaron los restaurantes encuestados con el 80.3%. Entrega a domicilio es un servicio que ofrecen el 52.5% de los restaurantes encuestados.

El porcentaje de restaurantes con entrega a domicilio que indicaron que cuentan con repartidores propios fue de 81.8% en marzo de 2021. Este porcentaje es mayor al observado en julio de 2020 de 67.1% y al de octubre de 2020 de 73.3%.

El porcentaje de restaurantes con entrega a domicilio o servicio de ordene y recoja que indicaron que venden por medio de aplicaciones digitales fue de 20.8% en marzo de 2021. Este porcentaje es menor al observado en julio de 2020 de 45.8%, y menor al de octubre cuando 22.9% mencionaron que venden por medio de aplicaciones.

Por otro lado, de los que no usan aplicaciones, la razón principal fue por las altas comisiones o que no les es rentable con un 44.9%, seguida de que no les interesan o no les dan confianza con 30.9%.

DiDi food se mantiene como la aplicación más utilizada entre los establecimientos que cuentan con entrega a domicilio u ordene y recoja con un 69.2% de participación, y muestra un ligero descenso con respecto al 70.1% reportado en octubre. Rappi y Uber Eats aumentaron con respecto a la encuesta anterior. El 16.5% de los restaurantes encuestados que usan aplicaciones mencionaron que están utilizando la nueva aplicación Menú Local.

El 25.3% de los establecimientos señaló que, en promedio, las ventas a través de estas aplicaciones representaron 5% o menos del total de sus ingresos durante el último mes, una disminución con respecto al 33.3% de octubre. El 18.7% de los restaurantes que usan aplicaciones mencionó que los ingresos por estos medios representaron entre el 26% y 50% del total de los ingresos del restaurante, cifra ligeramente superior al 17.9% reportado en octubre de 2020.

El 86.8% los encuestados respondió que los precios que ofrece en las aplicaciones son mayores a los que ofrece en su establecimiento, y 22.8% de éstos, respondió que es aproximadamente 30% más alto. El 33.0% de los negocios mencionaron que no les era rentable el uso de estas plataformas; el 60.4% menciona que es algo rentable.

El 22.0% de los restaurantes que usan plataformas digitales señalan que no están satisfechos con ellas, y 72.0% de ellos indica como la principal razón las altas comisiones que cobran.

Con relación a las afectaciones económicas por la pandemia de COVID-19, el 71.0% de los restaurantes encuestados mencionaron que el mes pasado disminuyeron mucho las ventas, comparadas con el mismo mes del año anterior. El 30.2% 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 59.7% de los establecimientos menciona que no se ha visto en la necesidad de despedir personal debido a la pandemia, mientras que el 26.9% sí ha despedido personal y un 4.2% lo está considerando.

1 Introducción

Este documento presenta los resultados de la tercera encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales, la cual 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 año pasado 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. En octubre se realizó un nuevo levantamiento a 556 restaurantes, y en esta tercera encuesta de marzo de 2021 a 524 establecimientos.

El presente estudio, además de reflejar los resultados obtenidos durante el mes de marzo de 2021, realiza comparaciones con los datos alcanzados en la encuesta de julio y octubre del año pasado.

La tercera encuesta se levantó entre el 1 y el 15 de marzo de 2021, utilizando dos métodos de recolección. El principal fue con una 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.

Al final de este documento se encuentra la nota metodológica y el cuestionario. A continuación, se presentan los resultados y algunas comparaciones con las dos encuestas anteriores.

2 Resultados de la encuesta

La encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales se levantó a 524 restaurantes del 1 al 15 de marzo de 2021 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. Cabe señalar que otros 41 establecimientos fueron contactados y mencionaron que estaban cerrados definitivamente por lo que no se les aplicó el cuestionario.

2.1 Características generales del establecimiento

De las 524 unidades económicas que respondieron, 55.7% se ubican en el Área Metropolitana de Guadalajara, 7.3% en Puerto Vallarta y 2.5% en Tepatitlán.

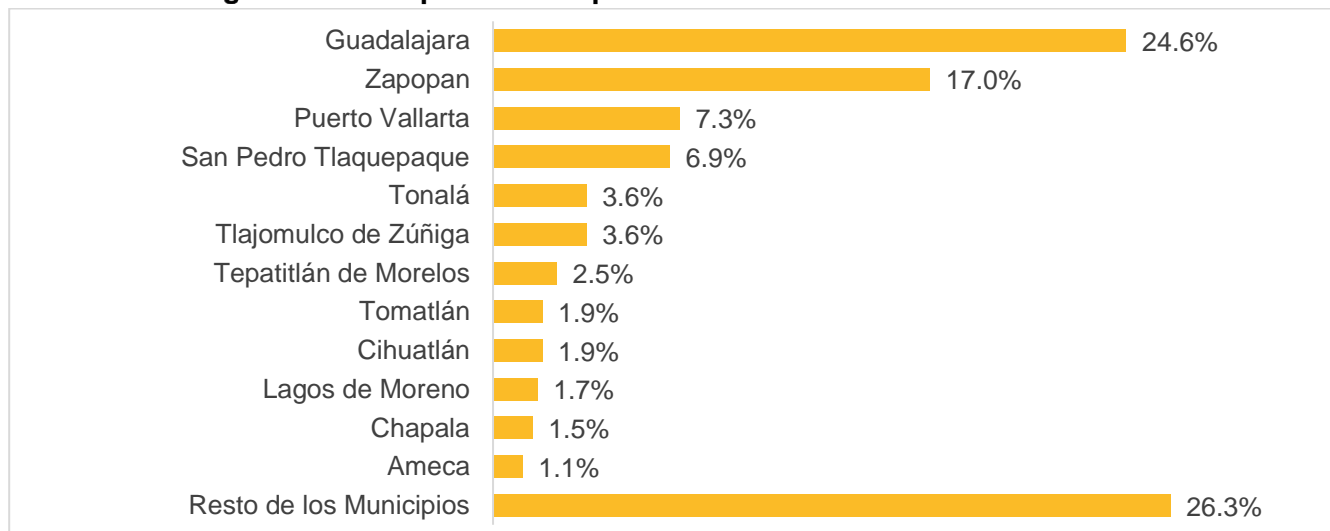
El total de los municipios que participaron en la encuesta fueron 76, de los cuales, las unidades económicas de Guadalajara son las que tuvieron una mayor participación con el 24.6%; le sigue Zapopan con 17.0% y Puerto Vallarta con 7.3%. En conjunto estos tres municipios concentraron el 48.9% de los encuestados.

Tabla 1. Distribución geográfica de los restaurantes encuestados

Municipio	AMG	Puerto Vallarta	Tepatitlán de Morelos	Cihuatlán	Tomatlán	Lagos de Moreno	Resto de los Municipios	Total
Frecuencia	292	38	13	10	10	9	152	524
Porcentaje	55.7%	7.3%	2.5%	1.9%	1.9%	1.7%	29.0%	100.0%

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

Figura 1. Municipios en los que se ubican los restaurantes encuestados



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

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

El giro que tuvo una mayor participación fue el de restaurantes con servicio de preparación de tacos y tortas con 25.0%. Los restaurantes con servicios de preparación de alimentos a la carta o de comida corrida quedaron en segundo lugar, con una participación de 23.9%. Los restaurantes con servicio de preparación de antojitos representaron 12.6% de los establecimientos encuestados.

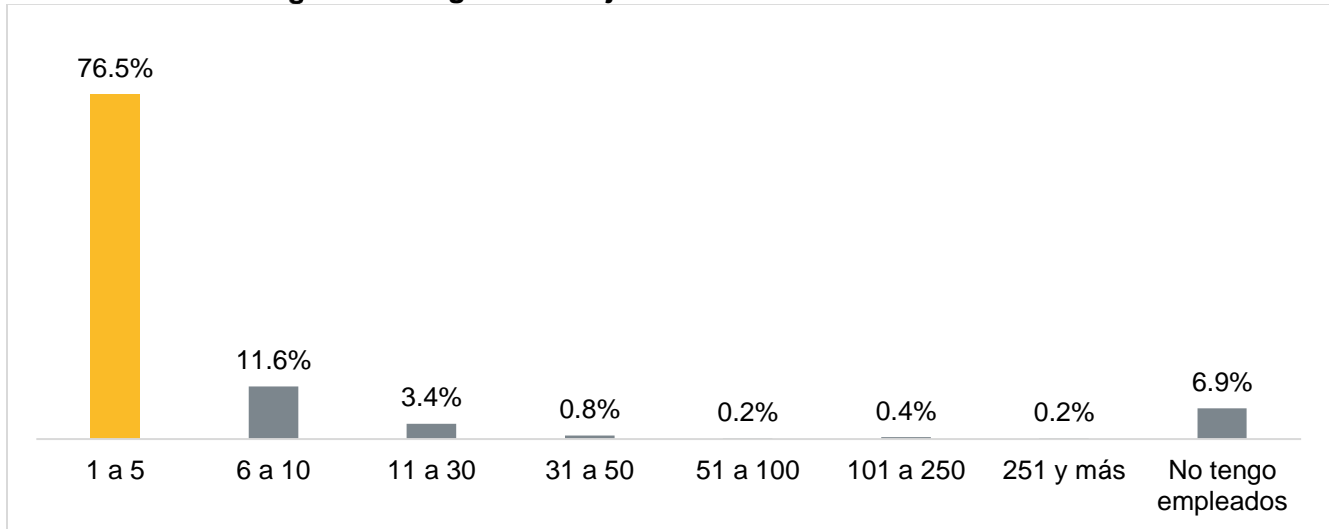
Figura 2. Giros de las unidades económicas encuestadas



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

Del total de los restaurantes encuestados, 76.5% tienen de 1 a 5 empleados, mientras que 11.6% tienen de 6 a 10. Por otro lado, solo el 5.0% los restaurantes mencionaron tener más de 10 empleados. El 6.9% dijo no tener trabajadores en su negocio.

Figura 3. Rango de trabajadores de las unidades encuestadas

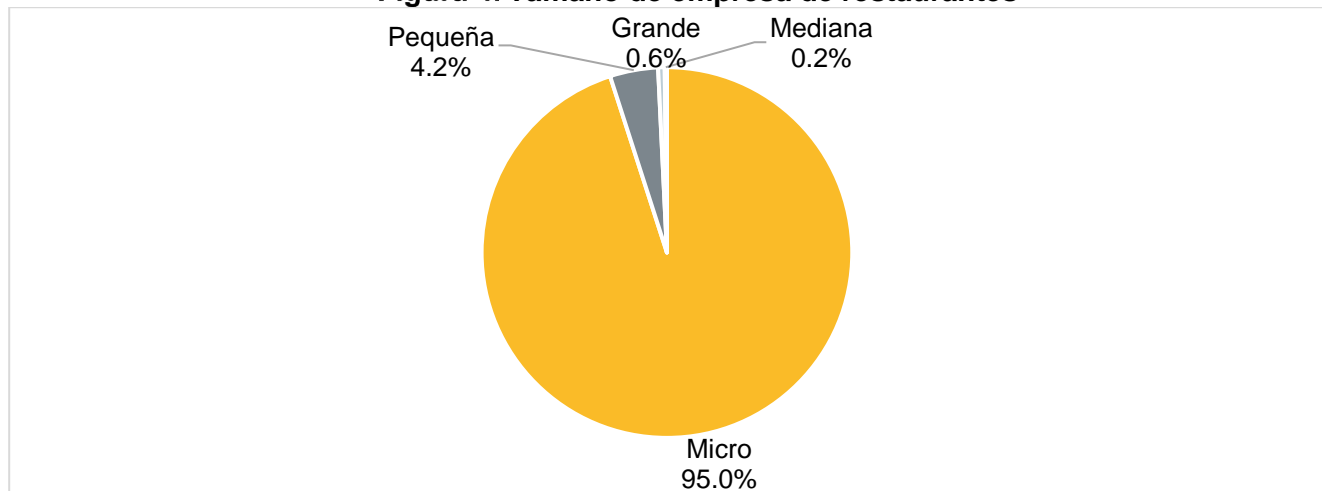


Fuente: IIEG, Tercera encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

La participación por tamaño del restaurante, de acuerdo con el número de empleados, en marzo de 2021 fue de 95.0% para microempresas, 4.2% para pequeñas, 0.2% para medianas y 0.6% de grandes.

En el estudio de octubre de 2020 la participación de las microempresas fue de 90.6%, de las pequeñas de 8.1%, de las medianas de 0.9% y de las grandes de 0.4%.

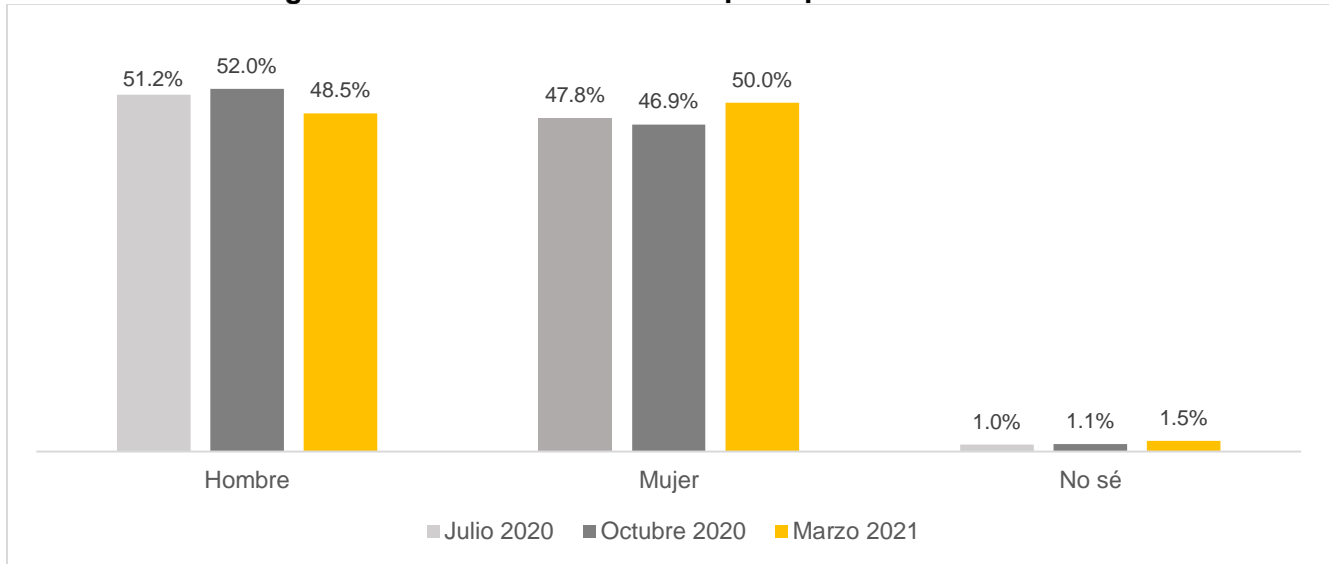
Figura 4. Tamaño de empresa de restaurantes



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

En marzo de 2021, en el 50.0% de los restaurantes encuestados el dueño o socio principal es mujer mientras que en el 48.5% es hombre. En la encuesta anterior de octubre de 2020, en el 46.9% de los restaurantes encuestados las mujeres eran las dueñas o socias principales y en el 52.0% hombres.

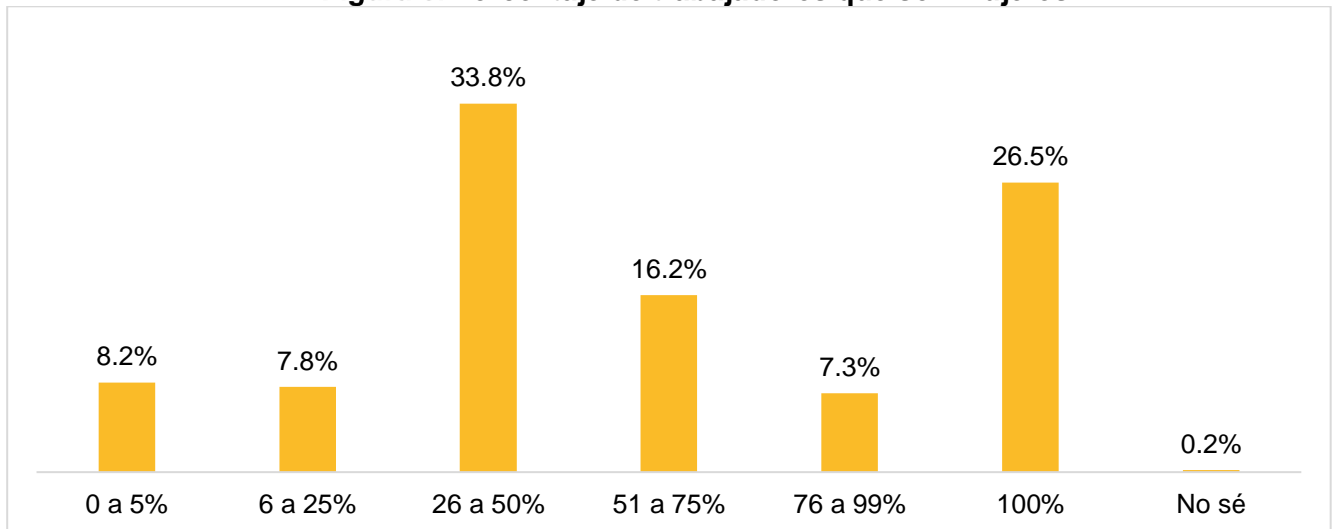
Figura 5. Sexo del dueño o socio principal del establecimiento



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

En el 26.5% de los restaurantes encuestados, el 100% de los empleados son mujeres. Asimismo, en el 50.0% de los restaurantes, más del 50% de los empleados son mujeres.

Figura 6. Porcentaje de trabajadores que son mujeres



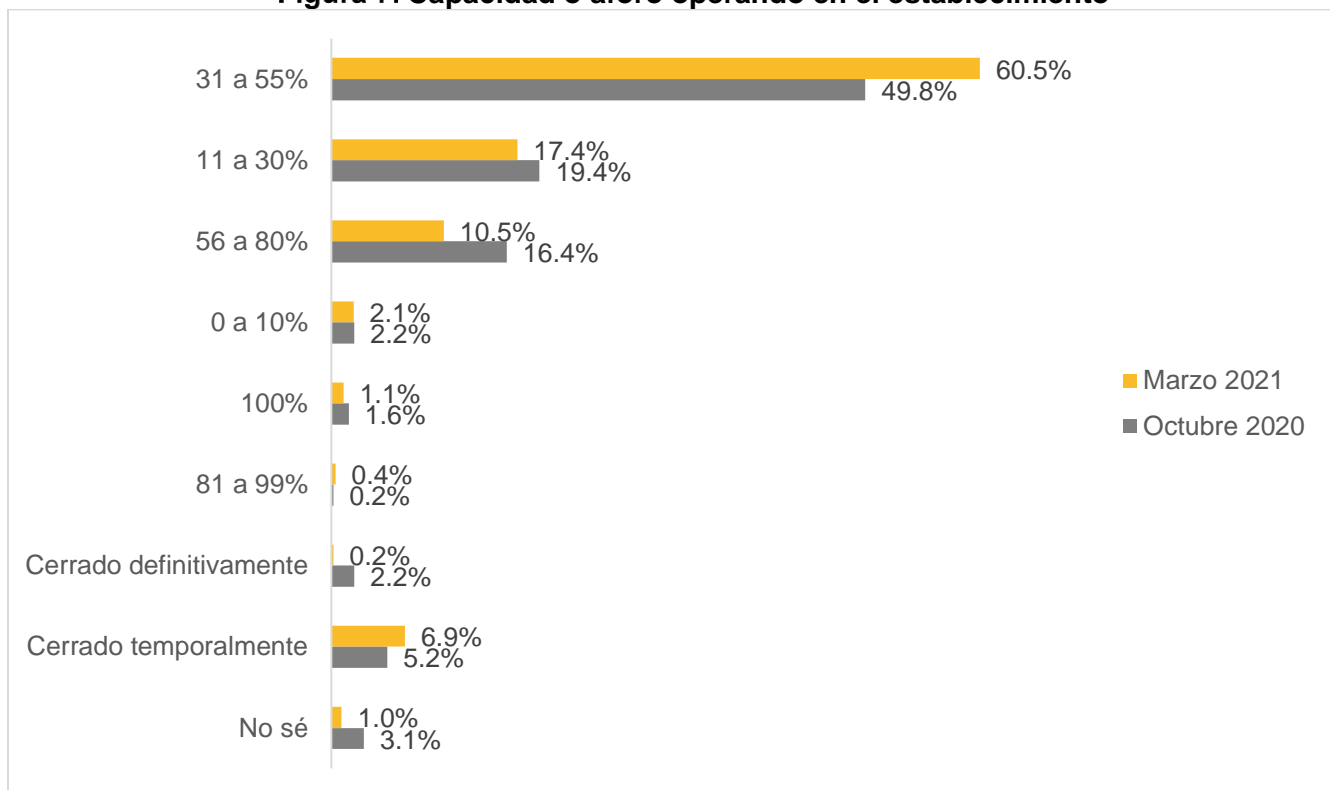
Fuente: IIEG, Tercera encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

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

En octubre de 2020, el 49.8% de los restaurantes estaban operando entre el 31% a 55% de su capacidad, mientras que en marzo de este año, el porcentaje de restaurantes que están en ese rango aumentó a 60.5%. En contraste, disminuyeron los demás rangos de aforo. En octubre de 2020, el 19.4% de los restaurantes estaban operando entre el 11% y 30% de aforo, mientras que en marzo de 2021 eran el 17.4% de los restaurantes. Se redujo también el porcentaje de restaurantes que mencionó que estaban operando entre el 56% y 80% de capacidad, de 16.4% en octubre pasado a 10.5% en marzo de este año.

Finalmente, en octubre de 2020, el 2.2% mencionaron que habían cerrado definitivamente y 5.2% temporalmente, mientras que en marzo de 2021 estos porcentajes fueron de 0.2% y 6.9%, respectivamente. Cabe señalar que esto no significa que restaurantes hayan reabierto, es probable que los que cerraron definitivamente ya no contestaron el teléfono o el correo. Esto no se puede verificar ya que no es una encuesta levantada en campo.

Figura 7. Capacidad o aforo operando en el establecimiento

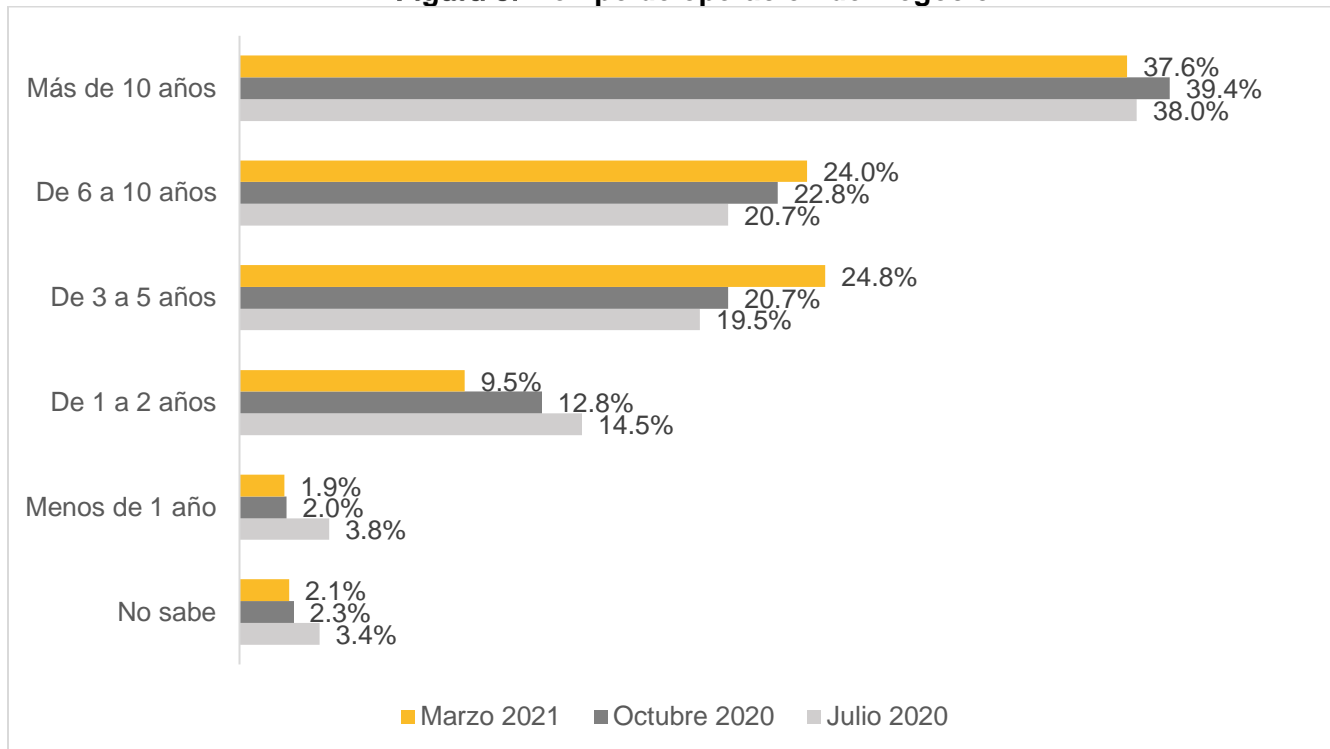


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

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

El 37.6% de los negocios dijeron tener más de diez años de operación, porcentaje similar al 38.0% que contestaron en julio del año pasado, e inferior al de octubre de 39.4%. Por otro lado, el 24.0% tiene de seis a diez años, mayor al 20.7% y 22.8% de julio y octubre, respectivamente. El 24.8% de los encuestados llevan operando de tres a cinco años. Las empresas más recientes, esto es, menores a dos años, representaron el 11.5% de los encuestados en marzo de 2021.

Figura 8. Tiempo de operación del negocio

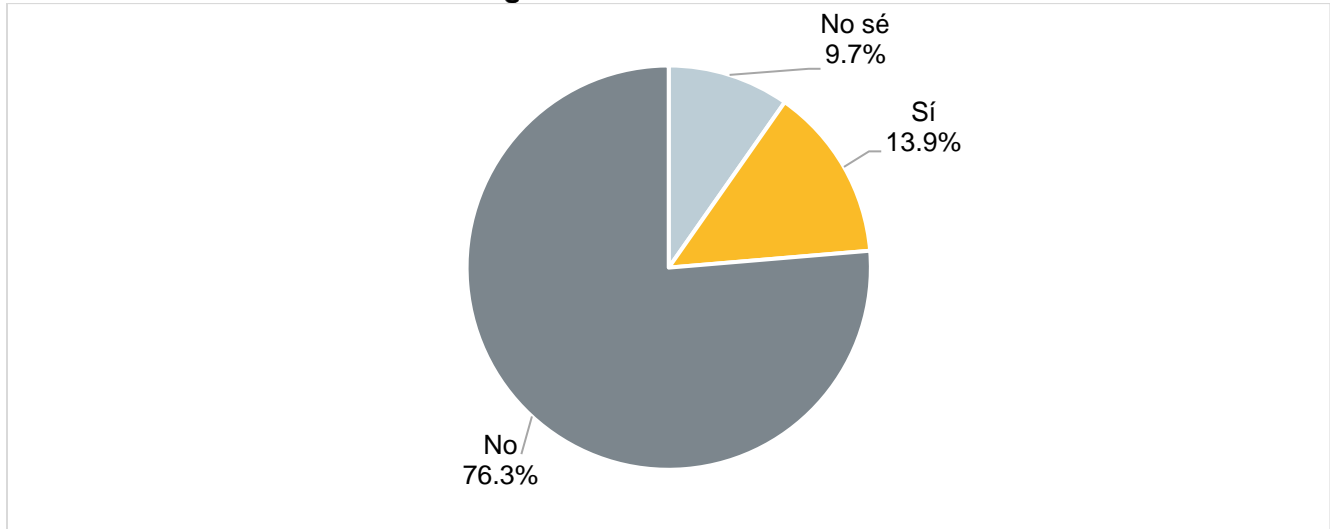


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

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

Los establecimientos afiliados a CANIRAC son el 13.9% del total encuestado en marzo de 2021, inferior al 19.1% reportado en octubre de 2020.

Figura 9. Afiliación a CANIRAC

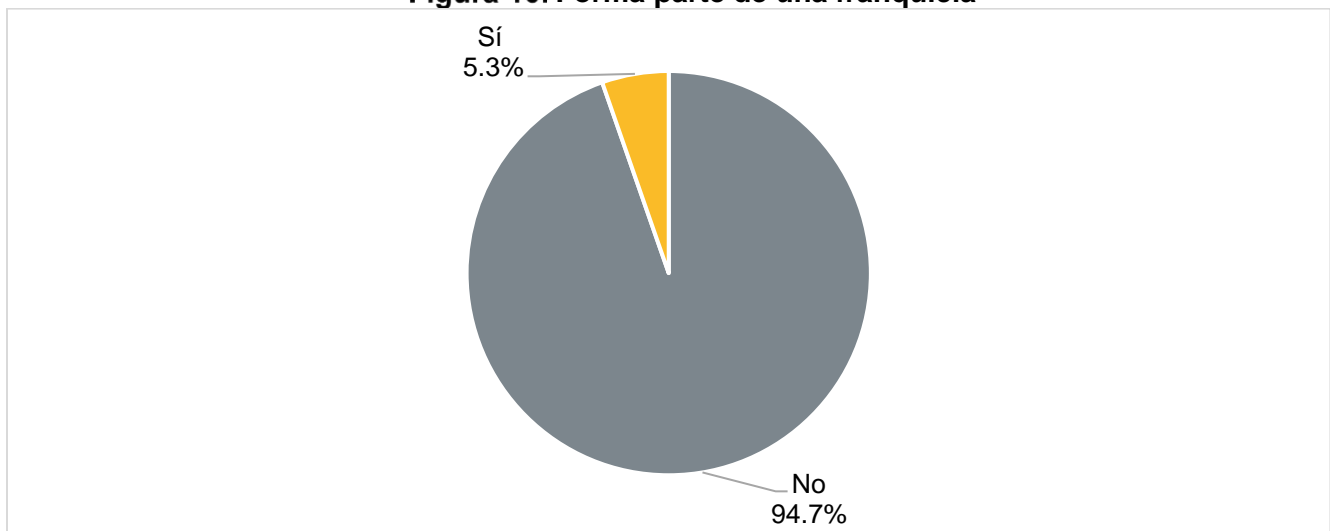


Fuente: IIEG, Tercera encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

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

Las empresas que no forman parte de una franquicia son el 94.7% de los encuestados, mientras que, el 5.3% si lo está.

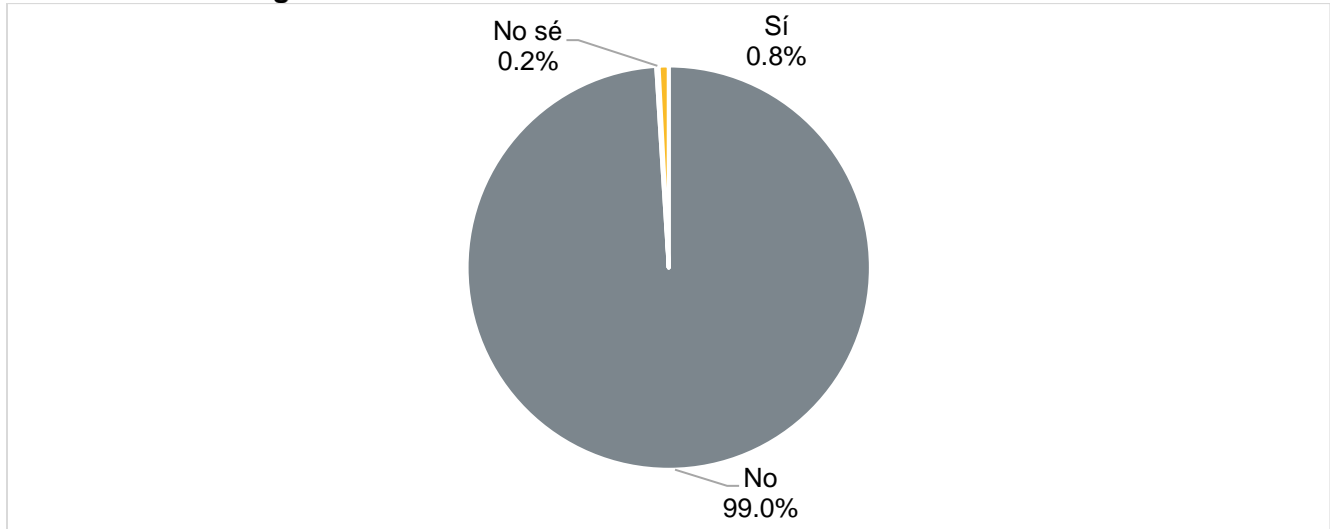
Figura 10. Forma parte de una franquicia



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

El 0.8% de los encuestados mencionó estar dentro de un hotel o resort turístico, mientras que el 99.0% no lo está.

Figura 11. Establecimientos dentro de un hotel o resort turístico

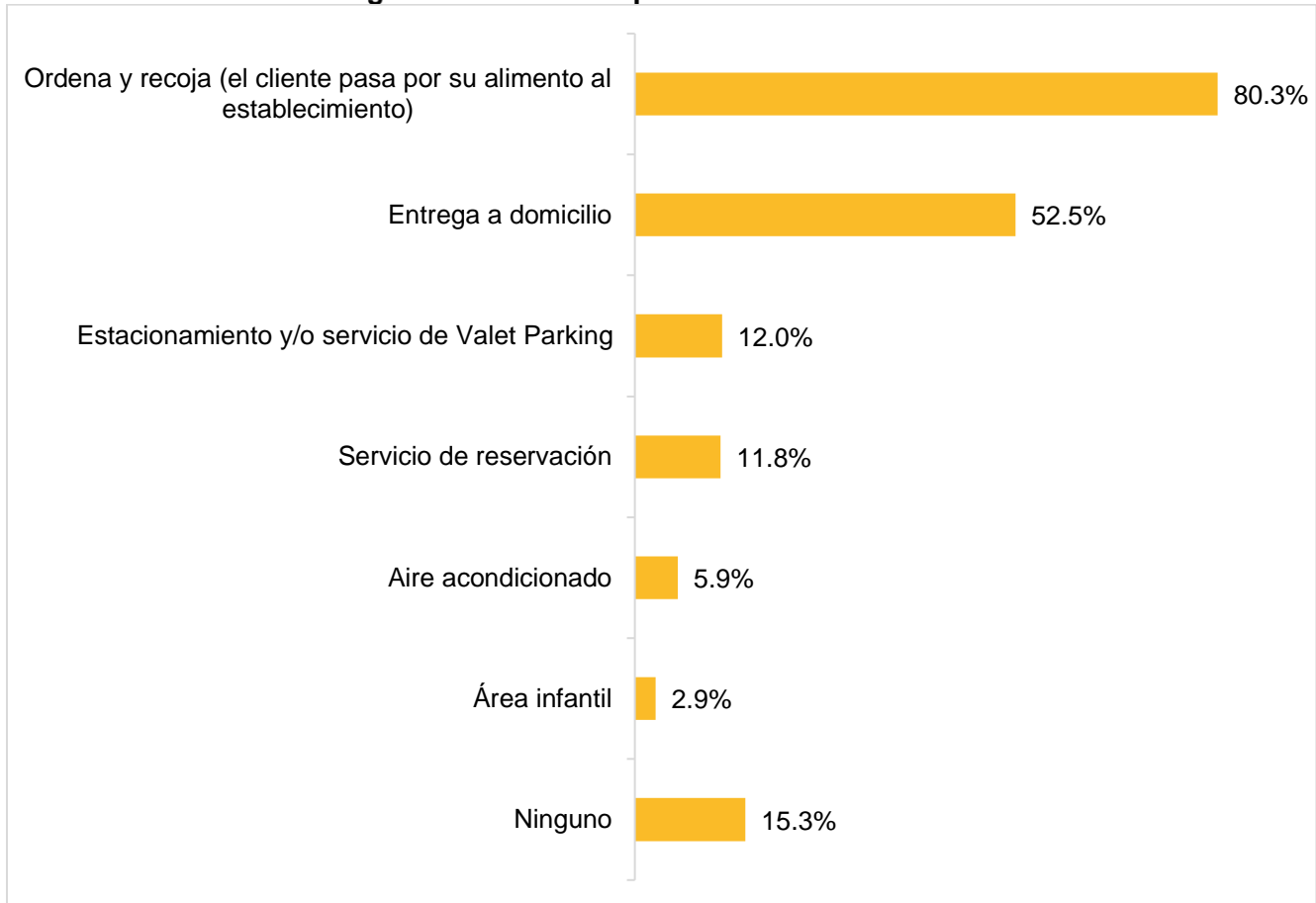


Fuente: IIEG, Tercera encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Ordena y recoja es la característica que más mencionaron los restaurantes encuestados con el 80.3%. Entrega a domicilio es un servicio que ofrecen el 52.5% de los restaurantes encuestados. El servicio de estacionamiento o *valet parking* lo tienen el 12.0% de los establecimientos, por otro lado, el servicio de reservación lo tiene el 11.8% de las menciones.

Por último, los servicios de aire acondicionado y área infantil lo tienen el 5.9% y el 2.9%, respectivamente.

Figura 12. Servicios que ofrece el establecimiento

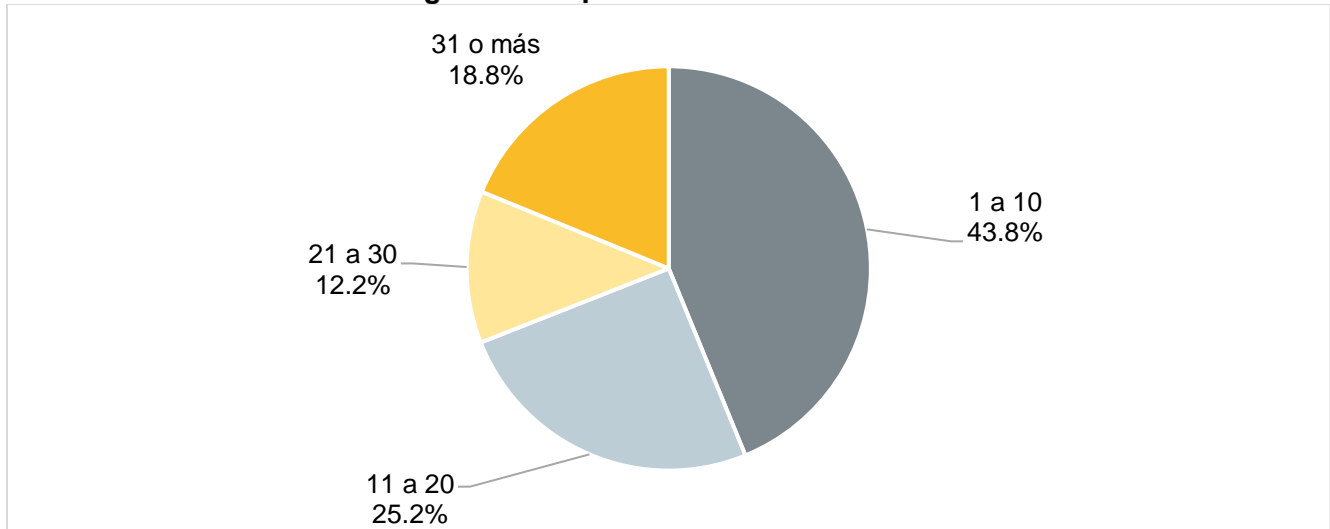


Fuente: IIEG, Tercera encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: Los porcentajes no suman 100% debido a que los restaurantes pueden ofrecer más de un servicio.

El 43.8% de los establecimientos tiene capacidad para atender de 1 a 10 clientes sentados en el lugar, mientras que el 25.2% tiene capacidad de 11 a 20. El 18.8% tiene capacidad para 31 o más personas. Finalmente, el 12.2% mencionó que tiene capacidad para 21 a 30 personas sentadas.

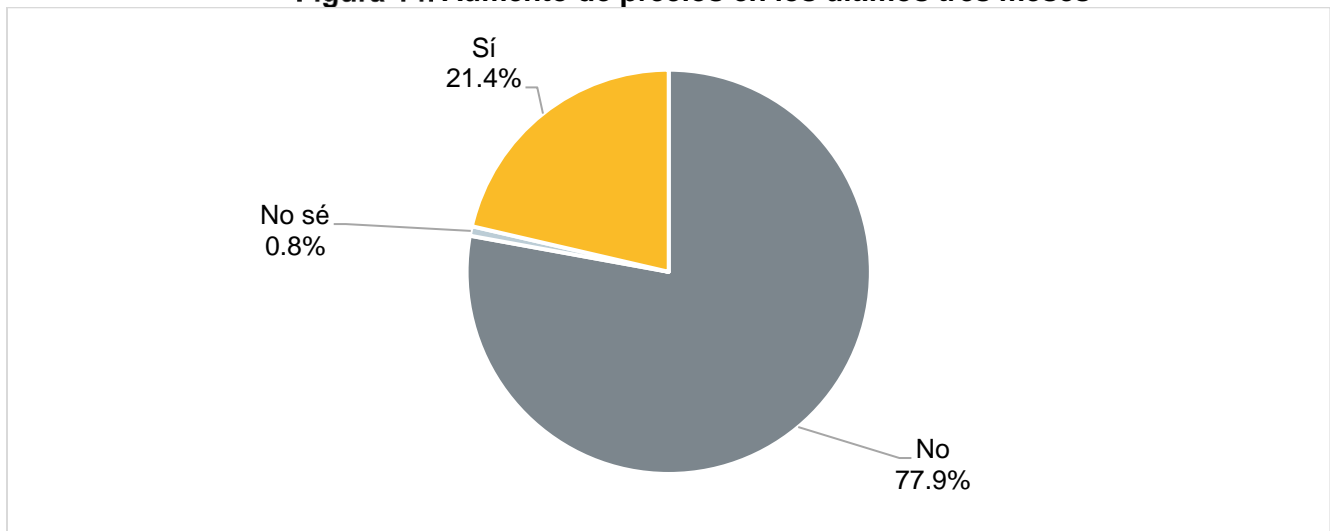
Figura 13. Capacidad de clientes sentados



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

De los 524 establecimientos entrevistados el 21.4% mencionó que sí ha aumentado sus precios en los últimos 3 meses, por otro lado, el 77.9% no lo ha hecho.

Figura 14. Aumento de precios en los últimos tres meses

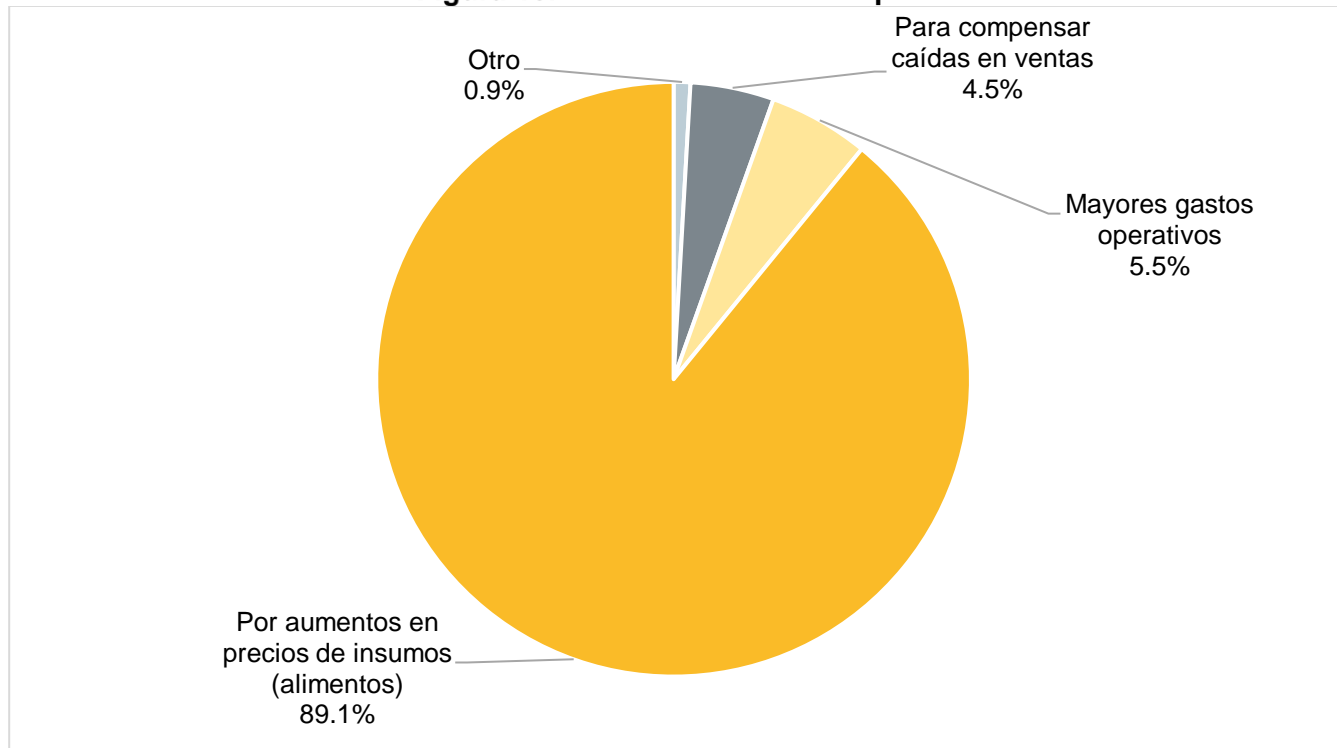


Fuente: IIEG, Tercera encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: La suma de los porcentajes puede no sumar 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 89.1%, mientras que el 5.5% lo hizo por mayores gastos operativos. Finalmente, el 4.5% de los que aumentaron sus precios fue para compensar la caída en las ventas.

Figura 15. Razón de aumento de precios



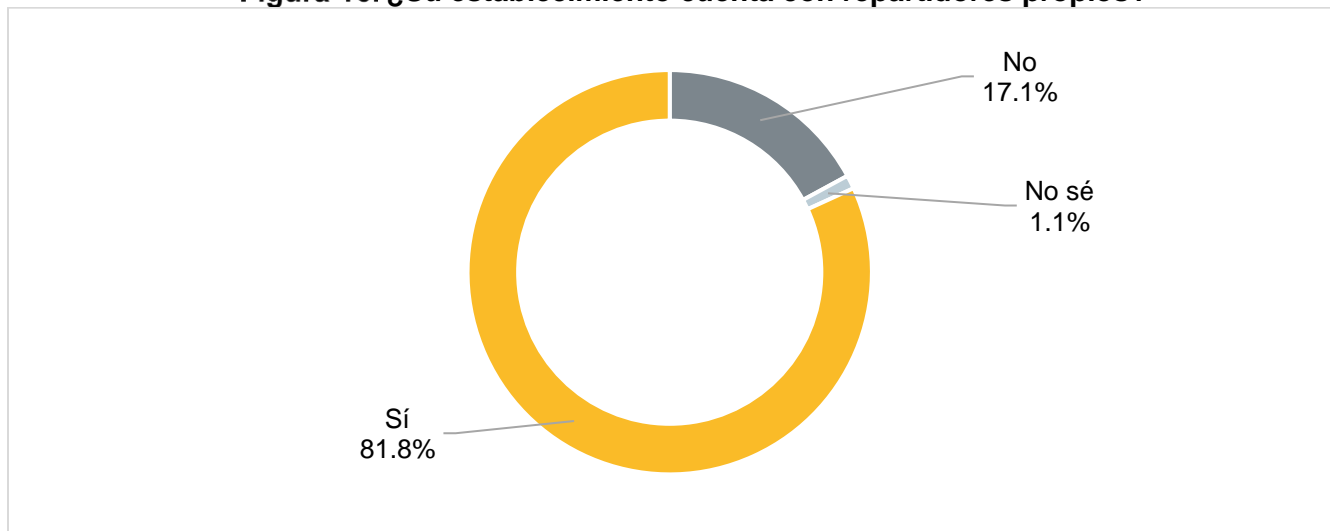
Fuente: IIEG, Tercera encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

2.2 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 este levantamiento corresponde a 438 establecimientos.

El porcentaje de restaurantes con entrega a domicilio que indicaron que sí cuentan con repartidores propios fue de 81.8% en marzo de 2021. Este porcentaje es mayor al observado en julio de 2020 de 67.1% y al de octubre de 2020 de 73.3%.

Figura 16. ¿Su establecimiento cuenta con repartidores propios?



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

Tabla 2. ¿Su establecimiento cuenta con repartidores propios? Comparativo

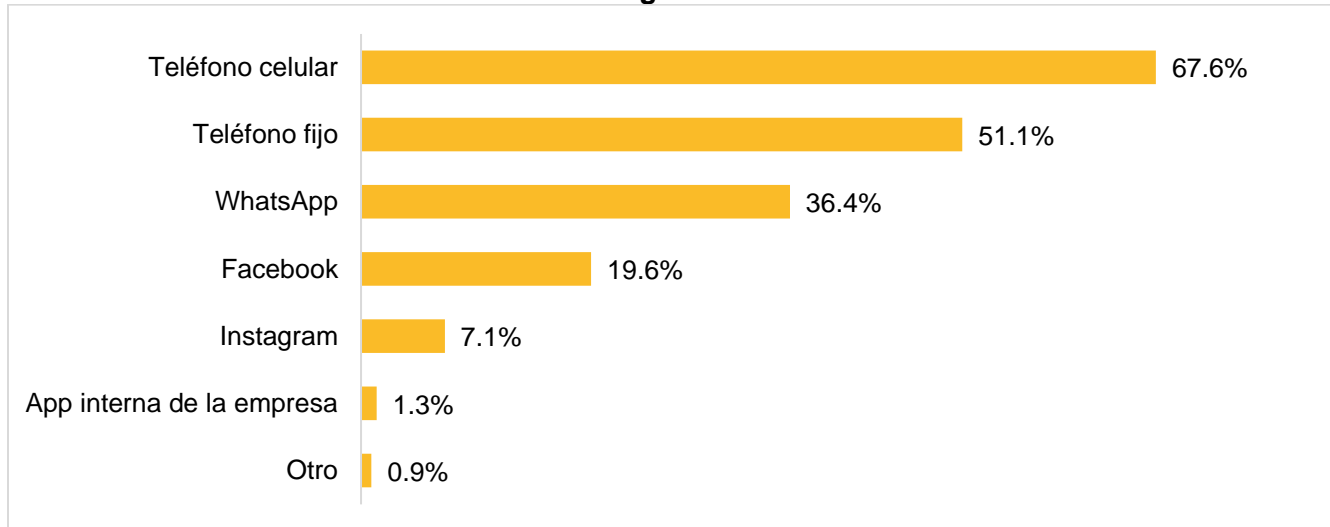
Opción	Julio 2020	Octubre 2020	Marzo 2021
Sí	67.1%	73.3%	81.8%
No	32.9%	25.8%	17.1%
No sé	0.0%	0.9%	1.1%
Total	100.0%	100.0%	100.0%

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.

El principal medio por el cual los restaurantes con repartidores propios se comunican con sus clientes fue el teléfono celular con un 67.6%, seguido del teléfono fijo con 51.1%. El 36.4% 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?



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

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

Tabla 3. ¿Qué medio(s) utiliza para comunicarse con sus clientes para realizar las entregas a domicilio? Comparativo

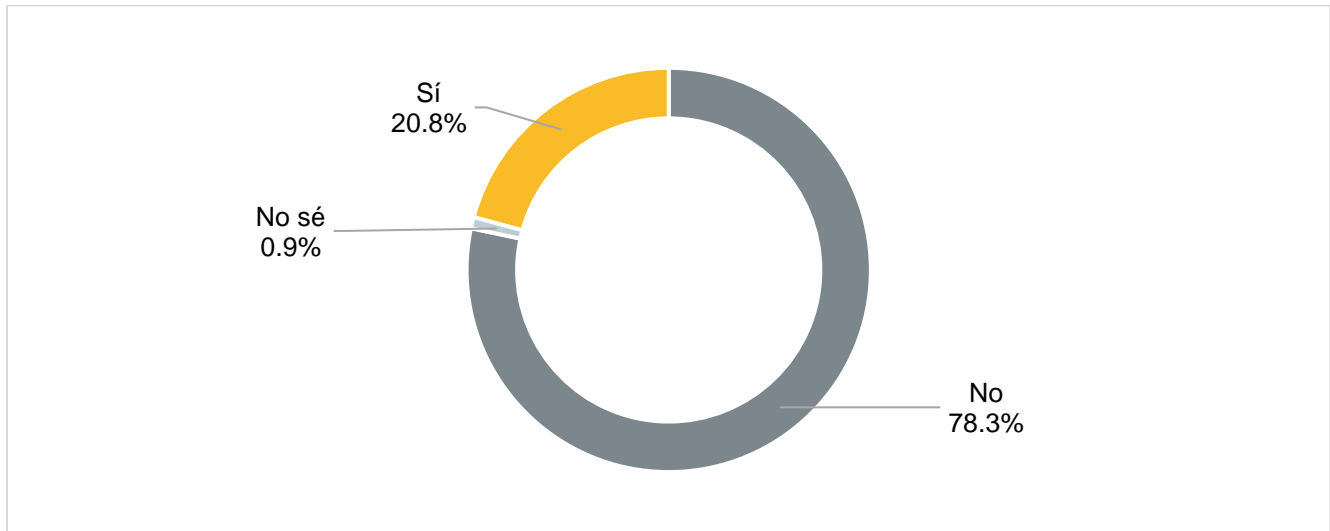
Medio	Julio 2020	Octubre 2020	Marzo 2021
Teléfono fijo	60.9%	61.5%	51.1%
Teléfono celular	66.0%	59.8%	67.6%
WhatsApp	35.7%	38.5%	36.4%
Facebook	18.5%	21.3%	19.6%
Instagram	10.9%	9.2%	7.1%
App interna de la empresa	2.1%	1.3%	1.3%
Otro	1.3%	0.4%	0.9%

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

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

El porcentaje de restaurantes con entrega a domicilio o servicio de orden y recoja que indicaron que venden por medio de aplicaciones digitales fue de 20.8% en marzo de 2021. Este porcentaje es menor al observado en julio de 2020 de 45.8%, y menor al de octubre cuando 22.9% mencionaron que venden por medio de aplicaciones.

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



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

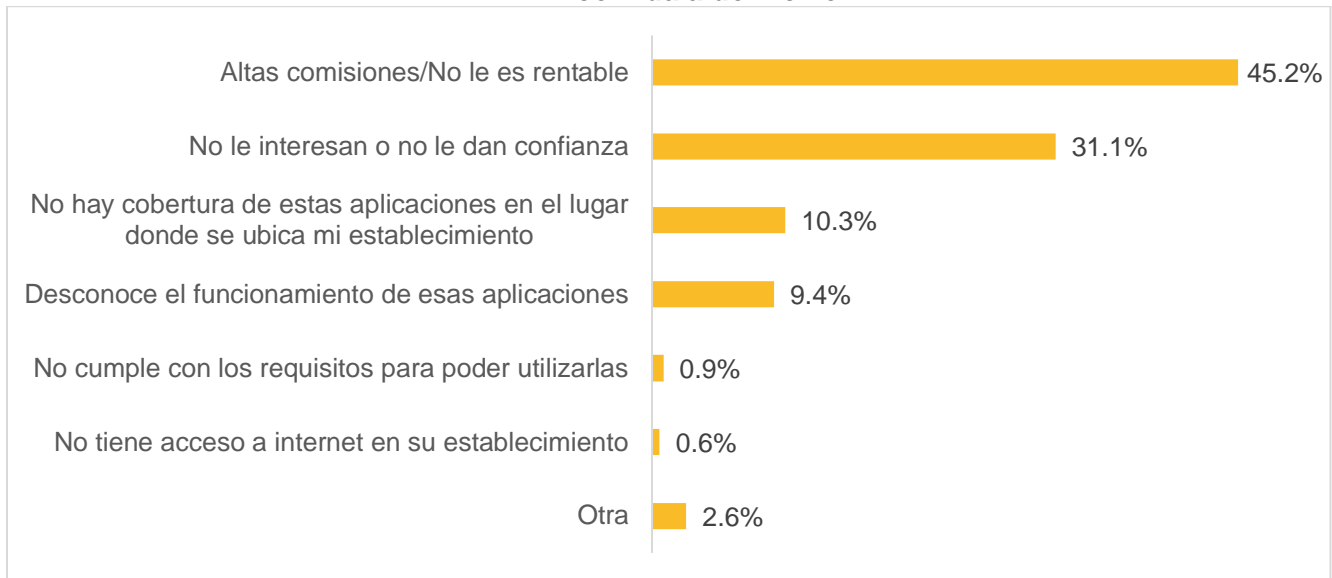
Tabla 4. ¿Su establecimiento vende por medio de aplicaciones digitales de entrega de comida a domicilio? Comparativo

Opción	Julio 2020	Octubre 2020	Marzo 2021
Sí	45.8%	22.9%	20.8%
No	53.9%	76.5%	78.3%
No sé	0.3%	0.6%	0.9%
Total	100.0%	100.0%	100.0%

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

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 45.2%, seguida de que no les interesan o no les dan confianza con 31.1%. El 10.3% mencionó que no las utiliza porque no hay cobertura de estas aplicaciones en el lugar donde se ubica su establecimiento, mientras que el 9.4% no las utiliza porque desconoce el funcionamiento de éstas.

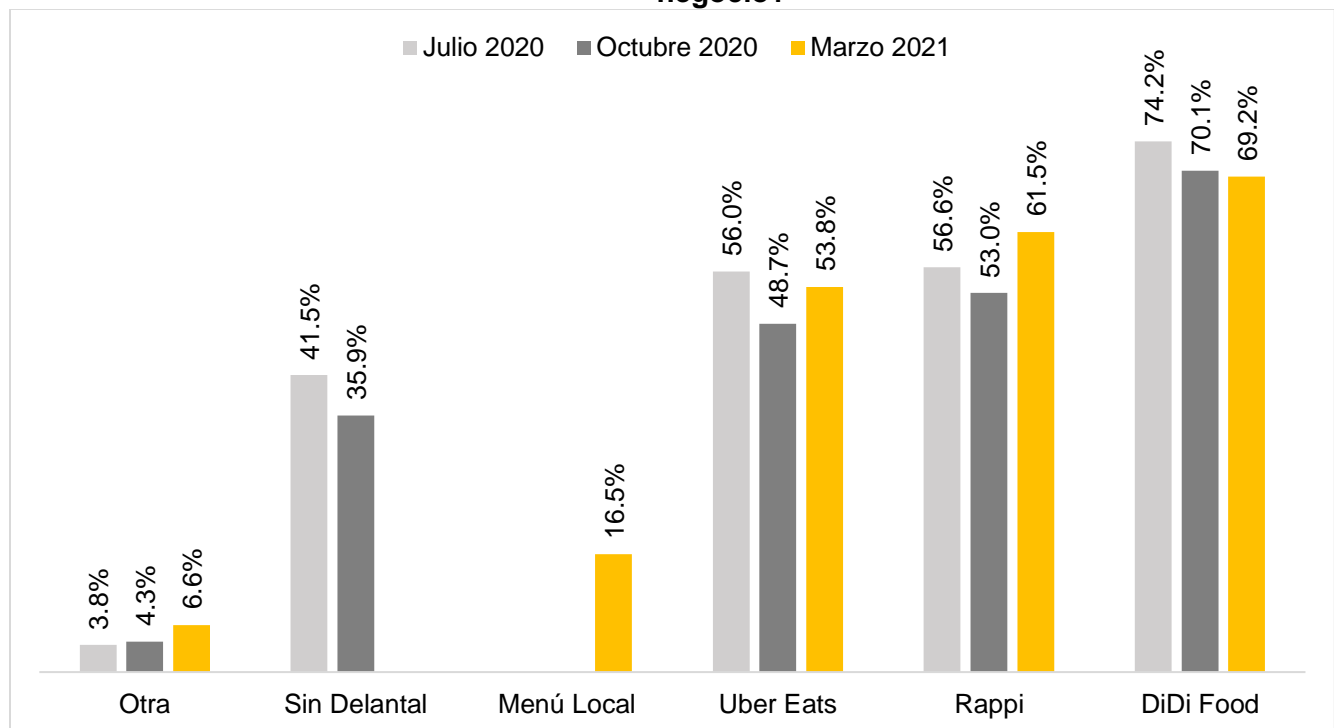
Figura 19. ¿Cuál es la razón principal por la que no utiliza aplicaciones de entregas de comida a domicilio?



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

DiDi food se mantiene como la aplicación más utilizada entre los establecimientos que cuentan con entrega a domicilio u ordene y recoja con un 69.2% de participación, y muestra un ligero descenso con respecto al 70.1% reportado en octubre. Rappi y Uber Eats aumentaron con respecto a la encuesta anterior. Rappi pasó de 53.0% en octubre de 2020 a 61.5% en marzo de 2021. Uber Eats pasó de 48.7% a 53.8% en el mismo periodo. En esta tercera encuesta no se incluyó a Sin Delantal debido a su salida del mercado mexicano, y se incluye a Menú Local debido a su reciente ingreso. El 16.5% de los restaurantes encuestados que usan aplicaciones mencionaron que usan esta nueva aplicación.

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

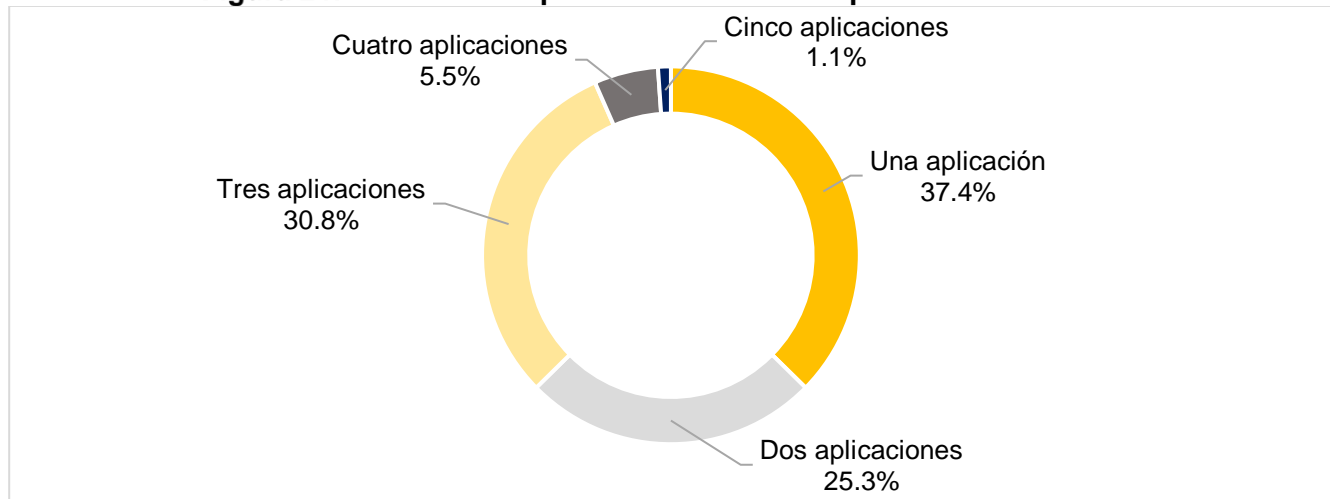


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

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

El 37.4% de los establecimientos que cuenta con servicio a domicilio u ordene y recoja utilizan solo una aplicación, 25.3% usan dos, 30.8% utilizan tres aplicaciones, 5.5% utilizan cuatro aplicaciones, y 1.1% cinco aplicaciones.

Figura 21. Cantidad de aplicaciones utilizadas por los establecimientos

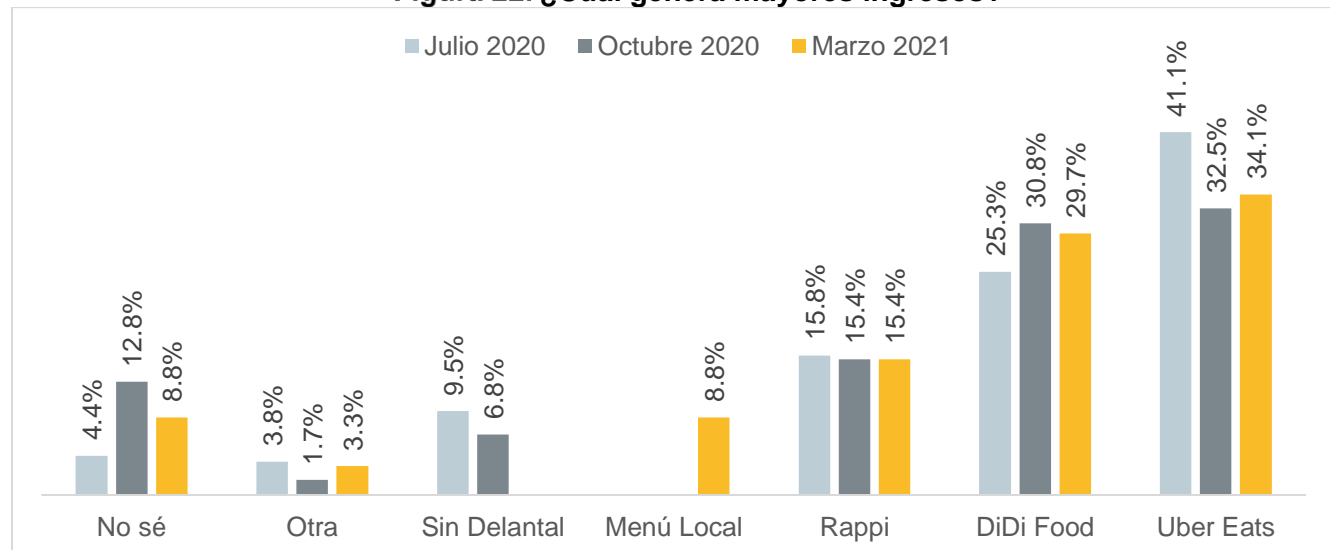


Fuente: IIEG, Tercera encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

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

Uber Eats se mantiene como la aplicación que más que más ingresos genera, con un 34.1% de las menciones, sin embargo, ha mostrado una reducción importante al bajar desde 41.1% en julio. DiDi Food se encuentra en segundo lugar con 29.7% de respuestas.

Figura 22. ¿Cuál genera mayores ingresos?

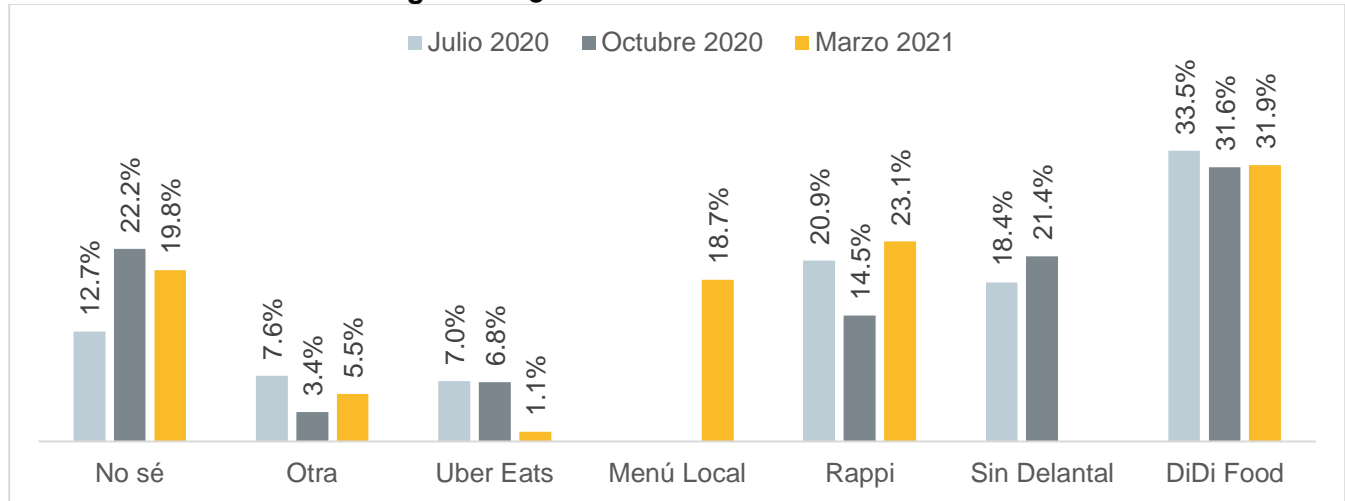


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

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

DiDi Food se mantiene como la aplicación que cobra menores comisiones, con un 31.9% de las menciones, similar al 31.6% del estudio anterior de octubre. Cabe mencionar que 19.8% de los establecimientos encuestados no sabe cuál es la que cobra menos comisiones.

Figura 23. ¿Cuál cobra menores comisiones?

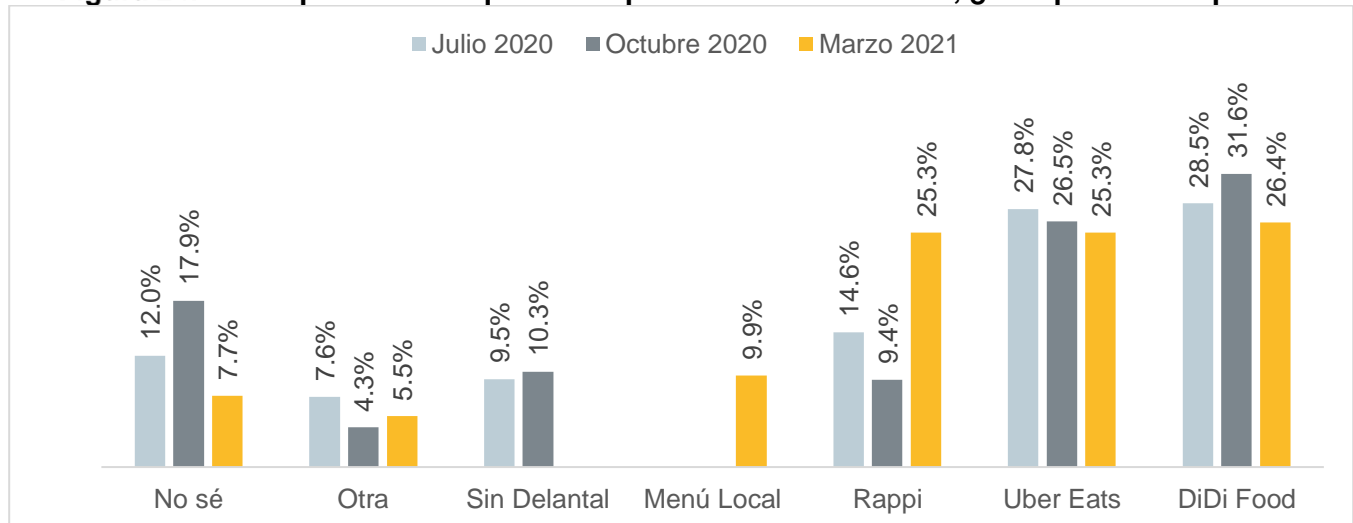


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

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

DiDi Food se mantiene como la aplicación favorita con un 26.4% de las menciones, aunque disminuye con respecto a octubre cuando registró un porcentaje de 31.6%. Rappi crece considerablemente de 9.4% en octubre a 25.3% en marzo, empatando con Uber Eats.

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



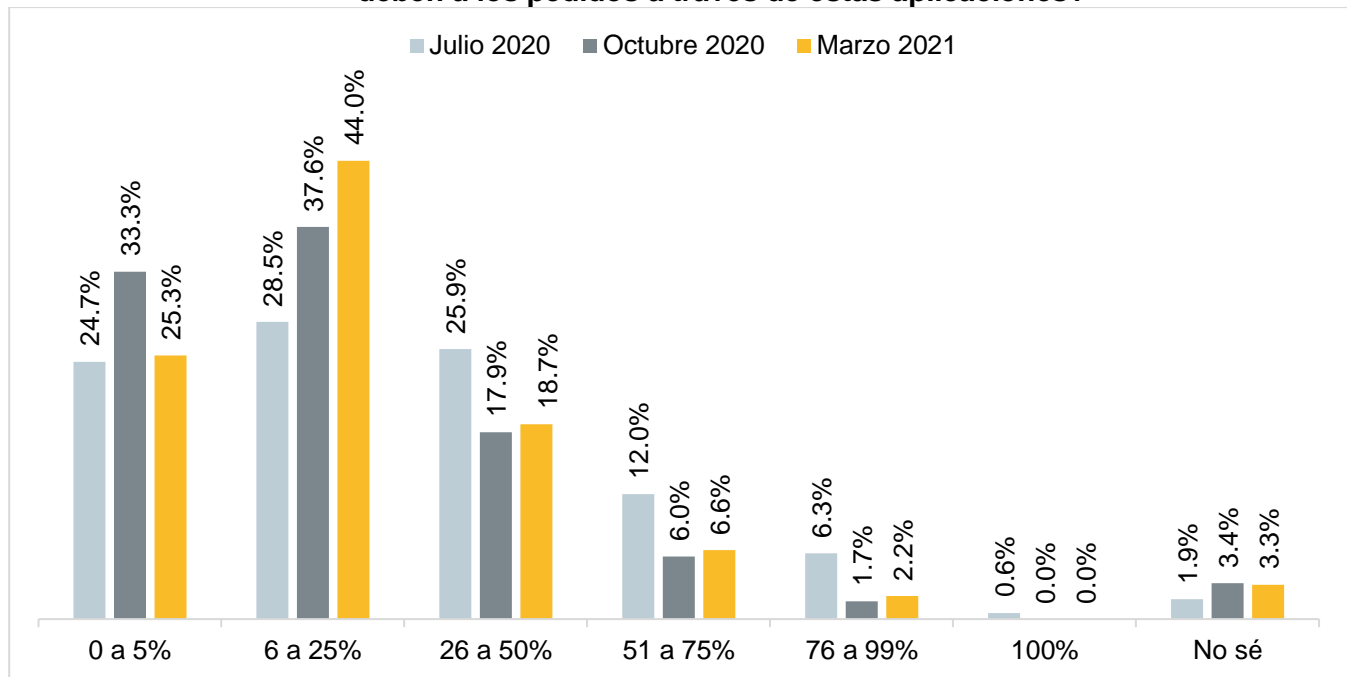
Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

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

El 25.3% 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, una disminución con respecto al 33.3% de octubre. En contraste, aumentó el porcentaje de restaurantes con una mayor participación de los ingresos en el rango de 6% a 25%, de 37.6% en octubre de 2020 a 44.0% en marzo.

El 18.7% de los restaurantes que usan aplicaciones mencionó que los ingresos por estos medios representaron entre el 26% y 50% del total de los ingresos del restaurante, cifra ligeramente superior al 17.9% reportado en octubre de 2020.

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

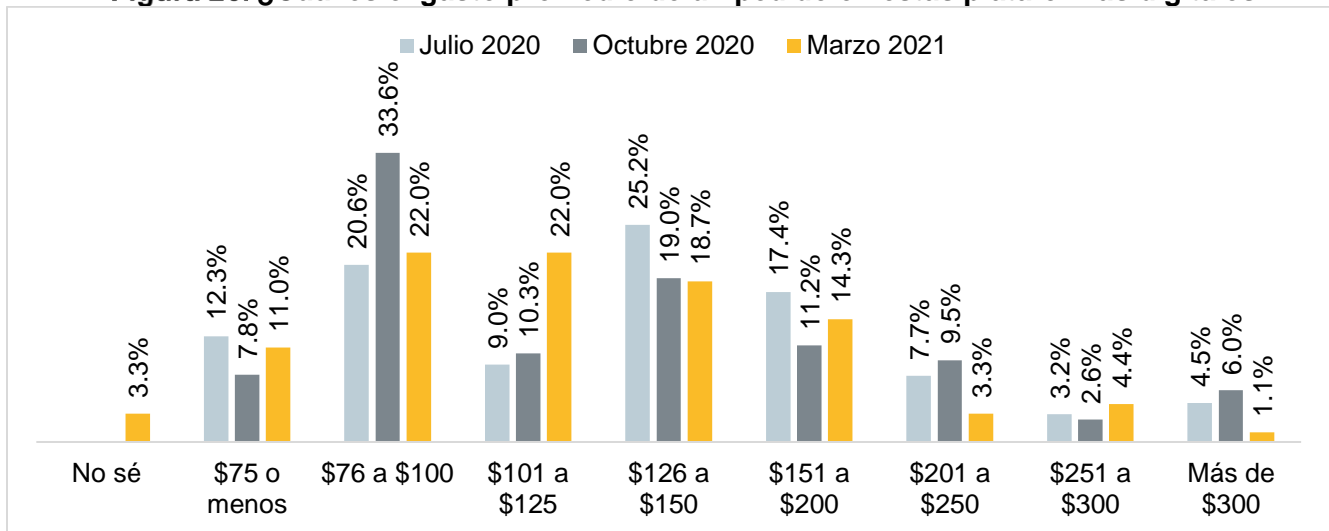


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.
 Nota: La suma de los porcentajes puede no sumar 100% debido al redondeo.

El 87.9% de los restaurantes dijeron tener pedidos promedio de \$200 o menos en marzo de 2021. En contraste, solo el 1.1% 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 disminuyeron de 41.4% en octubre a 33.0% en marzo. El porcentaje de restaurantes con pedidos promedio de entre \$100 a \$200 aumentó de 40.5% a 54.9% en el mismo periodo.

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: La suma de los porcentajes puede no sumar 100% debido al redondeo.

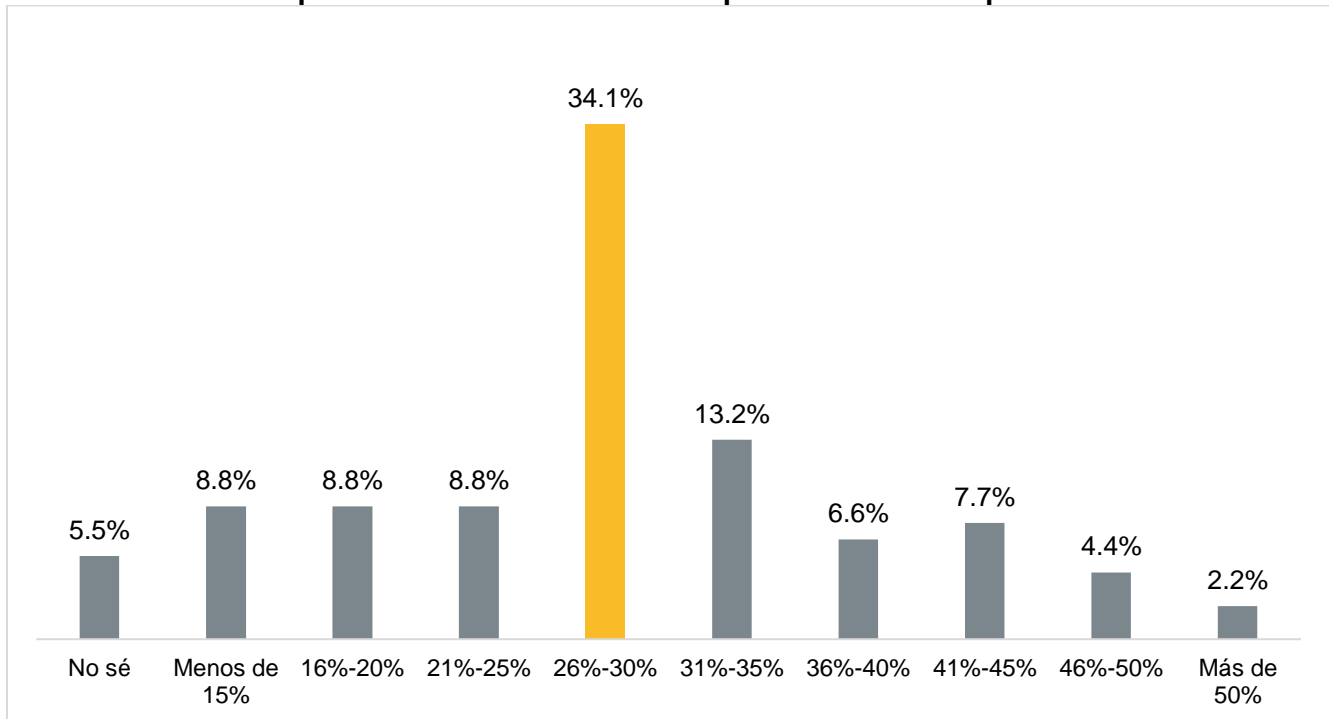
Tabla 5. ¿Cuál es el gasto promedio de un pedido en estas plataformas digitales? Comparativo

Opción	Julio 2020	Octubre 2020	Marzo 2021
Menos de \$100	32.9%	41.4%	33.0%
\$101 a \$200	51.6%	40.5%	54.9%
Más de \$200	15.4%	18.1%	8.8%
No sé	0.0%	0.0%	3.3%
Total	100.0%	100.0%	100.0%

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

El 20.9% de los encuestados afirmó que los cobros por comisiones e impuestos superan el 35.0% de las ventas, mientras que solo el 8.8% paga menos del 15% de comisiones e impuestos del total de las ventas. El 34.1% de los restaurantes indicó que las comisiones e impuestos representan entre el 26% y 30% de las ventas.

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

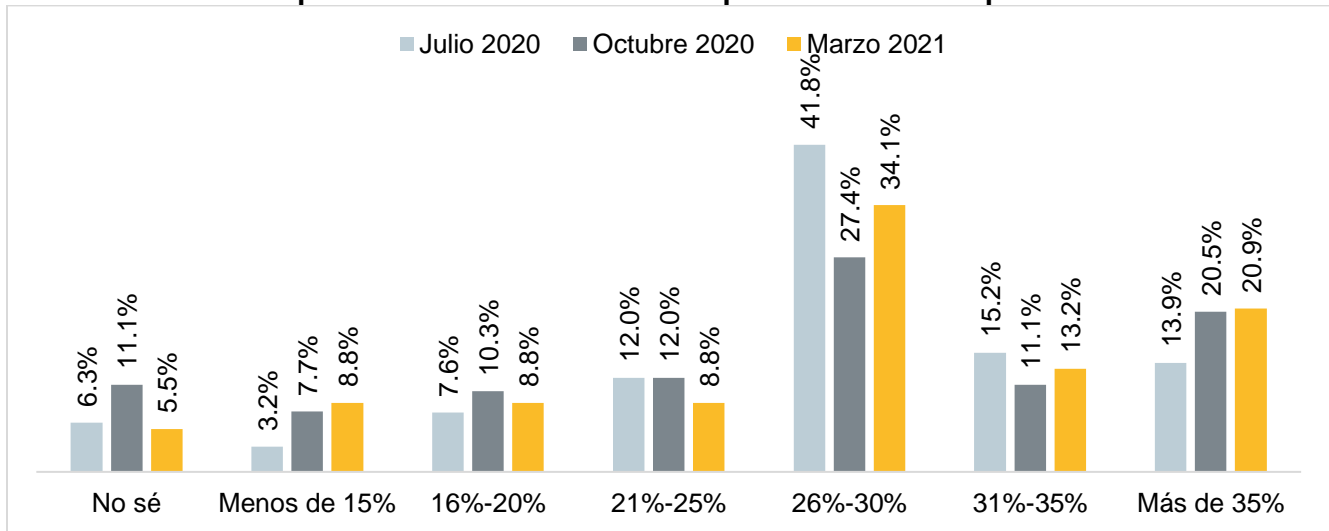


Fuente: IIEG, Tercera encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

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

Los establecimientos que mencionaron que los cobros de las aplicaciones (comisiones e impuestos) superan el 30% de las ventas aumentaron de 31.6% en octubre y de 34.1% en marzo de este año. El porcentaje de restaurantes que señalan que este tipo de cobros está entre 26% y 30% de las ventas pasó de 27.4% a 34.1% en el mismo periodo.

Figura 28. Aproximadamente, ¿qué porcentaje de las ventas realizadas por estos medios representan las comisiones e impuestos de estas aplicaciones?



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

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

Tabla 6. Aproximadamente, ¿qué porcentaje de las ventas realizadas por estos medios representan las comisiones e impuestos de estas aplicaciones?

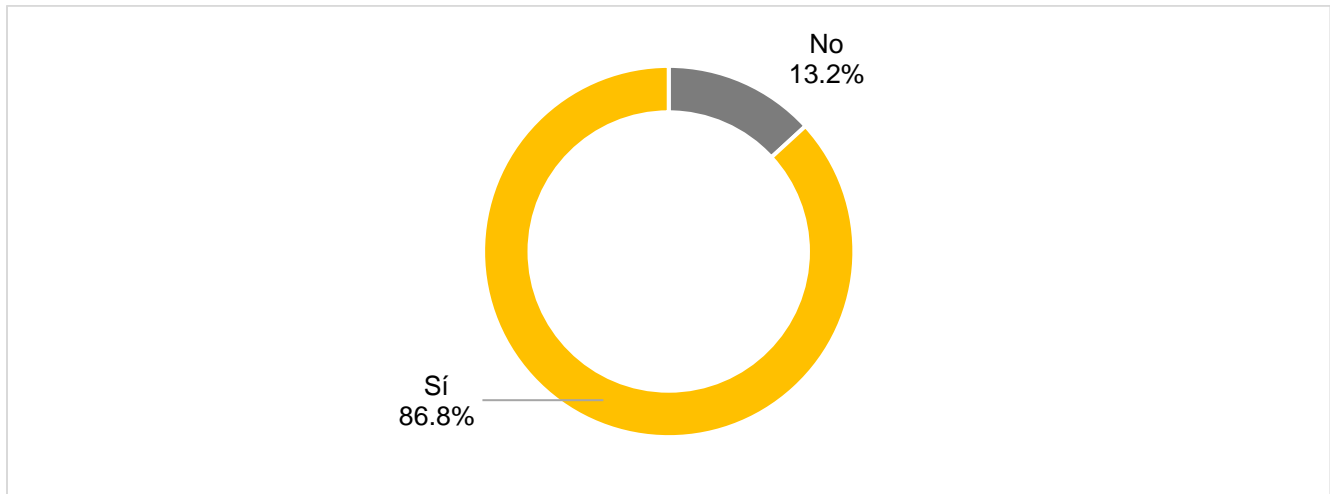
Opción	Julio 2020	Octubre 2020	Marzo 2021
30% o menos	64.6%	57.4%	60.4%
Más de 30%	29.1%	31.6%	34.1%
No sé	6.3%	11.1%	5.5%
Total	100.0%	100.0%	100.0%

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

Nota: En el levantamiento de julio de 2020, la pregunta se enfocó solo a comisiones y no a impuestos.

El 86.8% los encuestados respondió que los precios que ofrece en las aplicaciones son mayores a los que ofrece en su establecimiento.

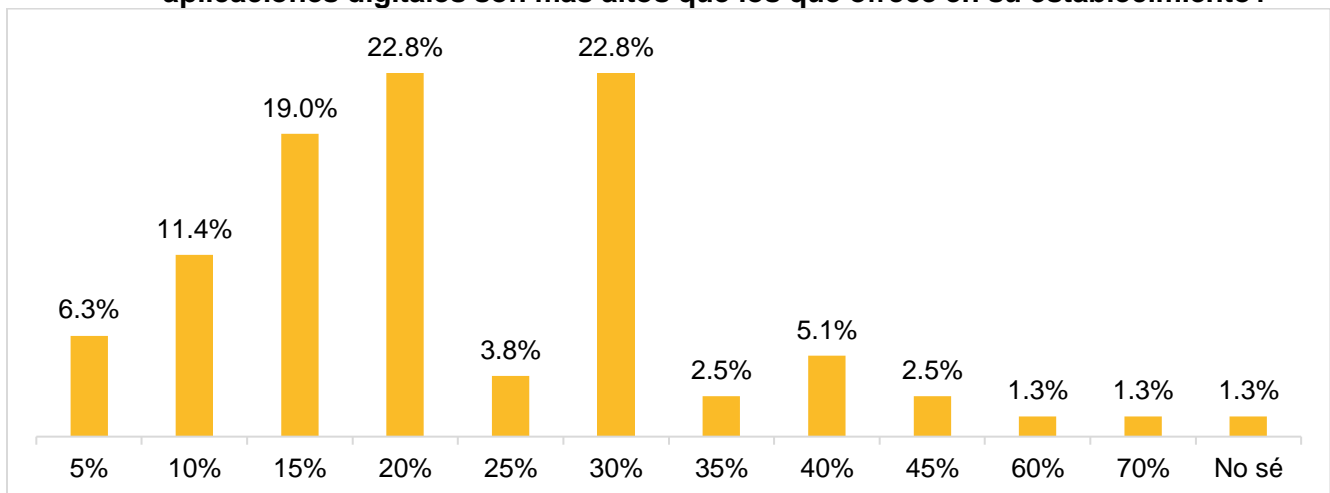
Figura 29. ¿Los precios de su menú en aplicaciones digitales son más altos que los que ofrece en su establecimiento?



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

De los restaurantes que respondieron que el precio que ofrecen en las aplicaciones es superior al que ofrecen en su establecimiento, el 22.8% 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 26% 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?

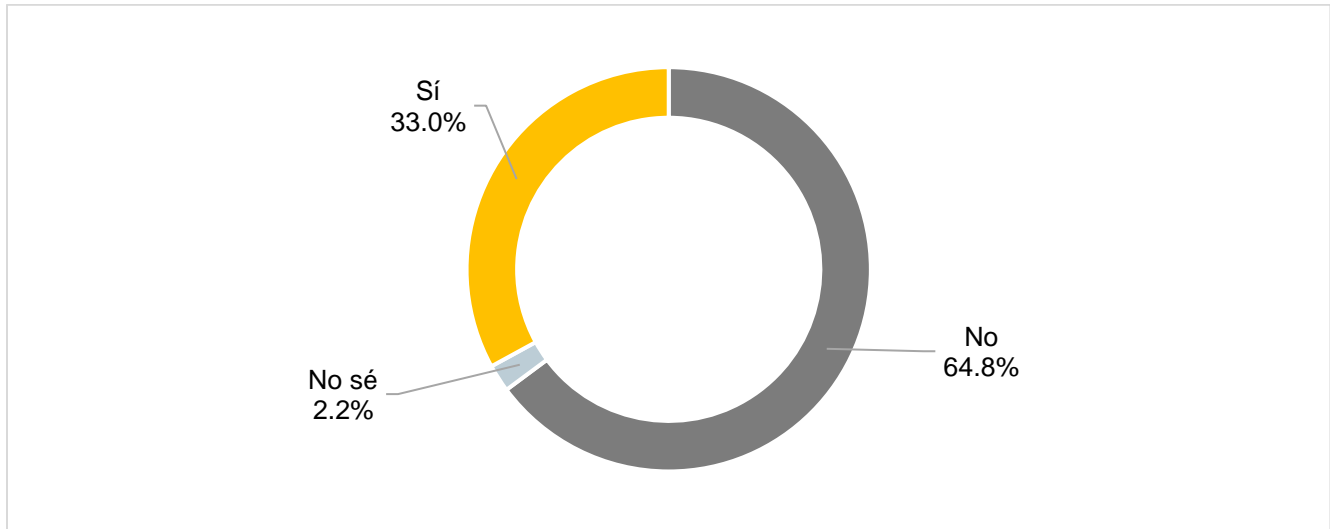


Fuente: IIEG, Tercera encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

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

El 33.0% de los restaurantes respondieron haber aumentado los precios ofrecidos en las aplicaciones en los últimos tres meses.

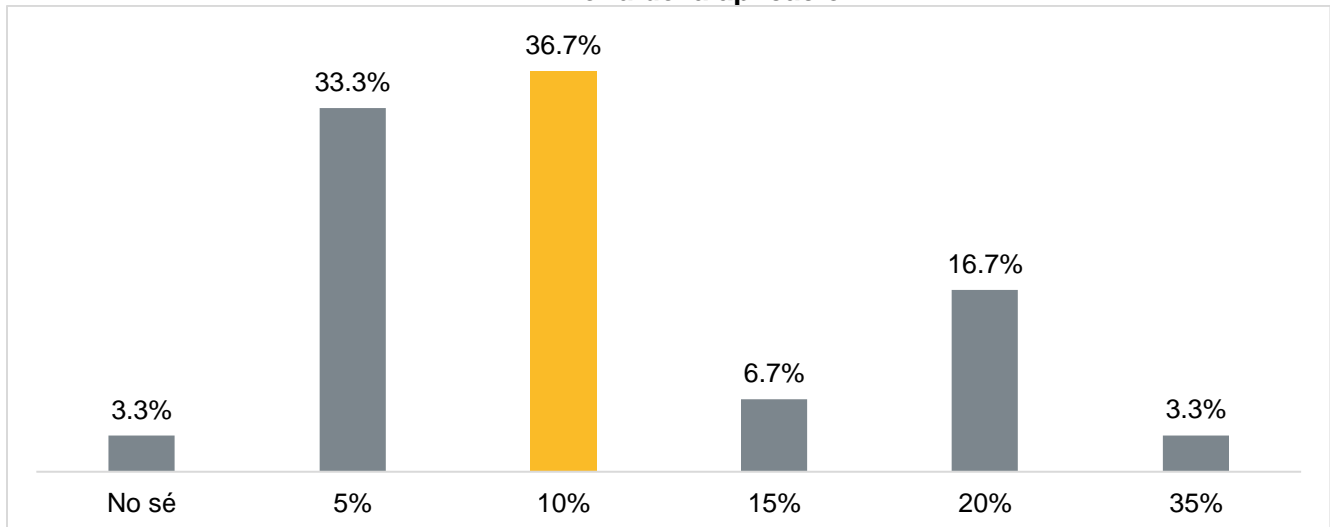
Figura 31. ¿Ha aumentado los precios ofrecidos en el menú de la aplicación en los últimos 3 meses?



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

Del total de restaurantes que reportaron haber aumentado los precios en el menú de la aplicación durante los últimos tres meses, el 36.7% respondió que este aumento fue aproximadamente de 10%.

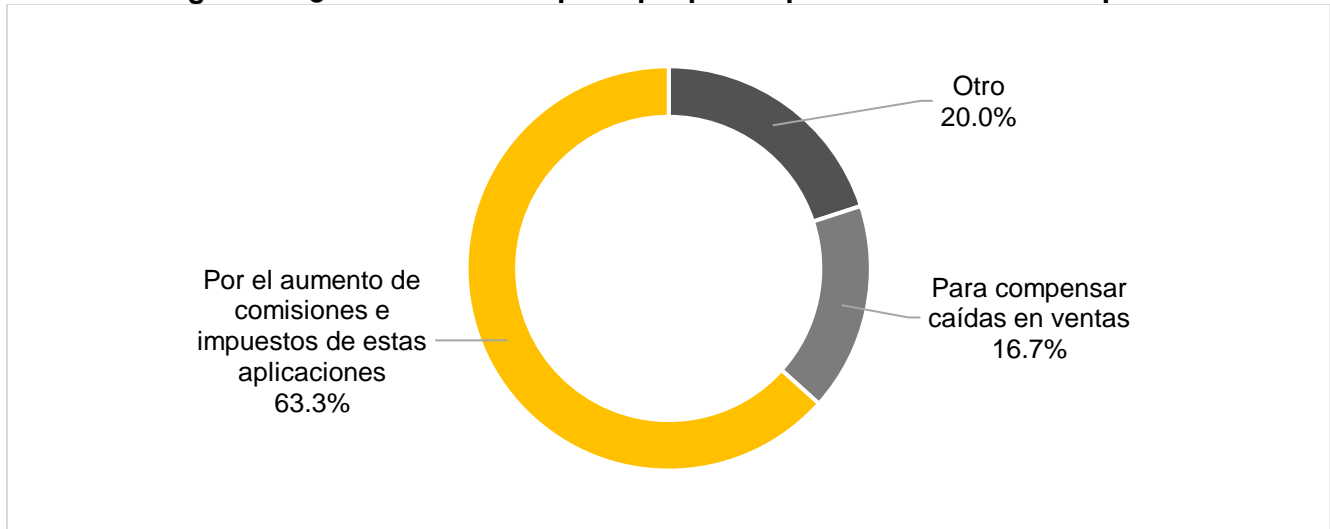
Figura 32. Aproximadamente ¿en qué porcentaje ha aumentado los precios ofrecidos en el menú de la aplicación?



Fuente: IIEG, Tercera encuesta a restaurantes sobre el uso de 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 63.3% de las respuestas de quienes contestaron que aumentaron sus precios en el menú de aplicaciones.

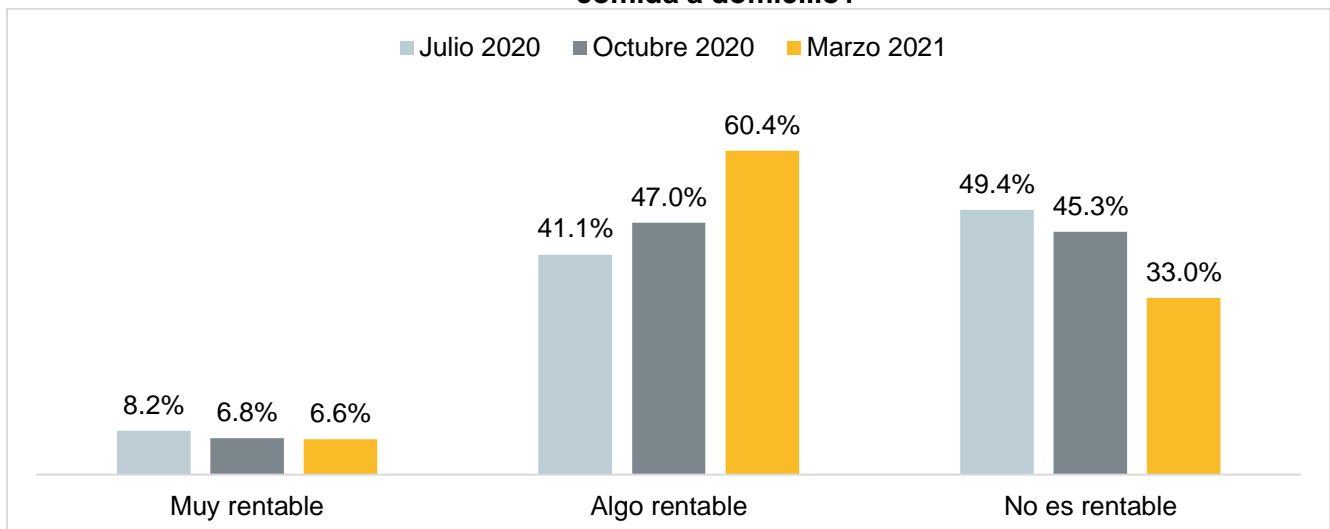
Figura 33. ¿Cuál es la razón principal por la que ha aumentado sus precios?



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

El 45.3% de los negocios mencionaron que no les era rentable el uso de estas plataformas en octubre del año pasado. Este porcentaje disminuyó en marzo de este año a 33.0%. El 60.4% menciona que es algo rentable.

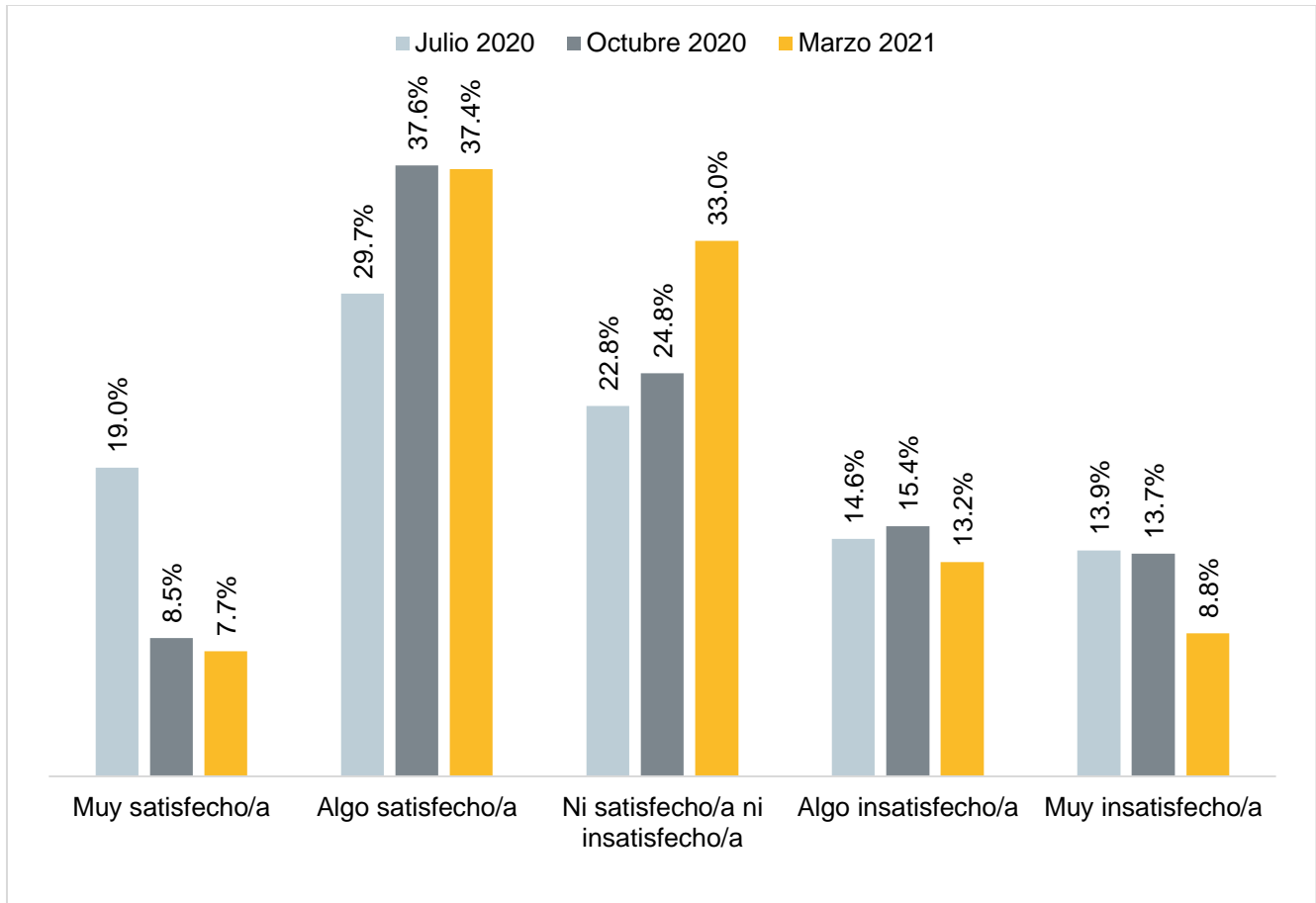
Figura 34. ¿Qué tan rentable considera que le es vender a través de aplicaciones para pedir comida a domicilio?



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

De octubre de 2020 a marzo de 2021, la proporción de restaurantes que dijeron estar muy satisfechos con las aplicaciones de entregas de comida a domicilio disminuyó de 8.5% a 7.7%. El porcentaje que menciona estar algo satisfecho pasó de 37.6% a 37.4% en el mismo periodo. Por otro lado, disminuye el porcentaje de restaurantes que dicen estar insatisfechos ya sea algo o mucho, de 29.1% en octubre a 22.0% en marzo.

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? julio, octubre 2020 y marzo 2021

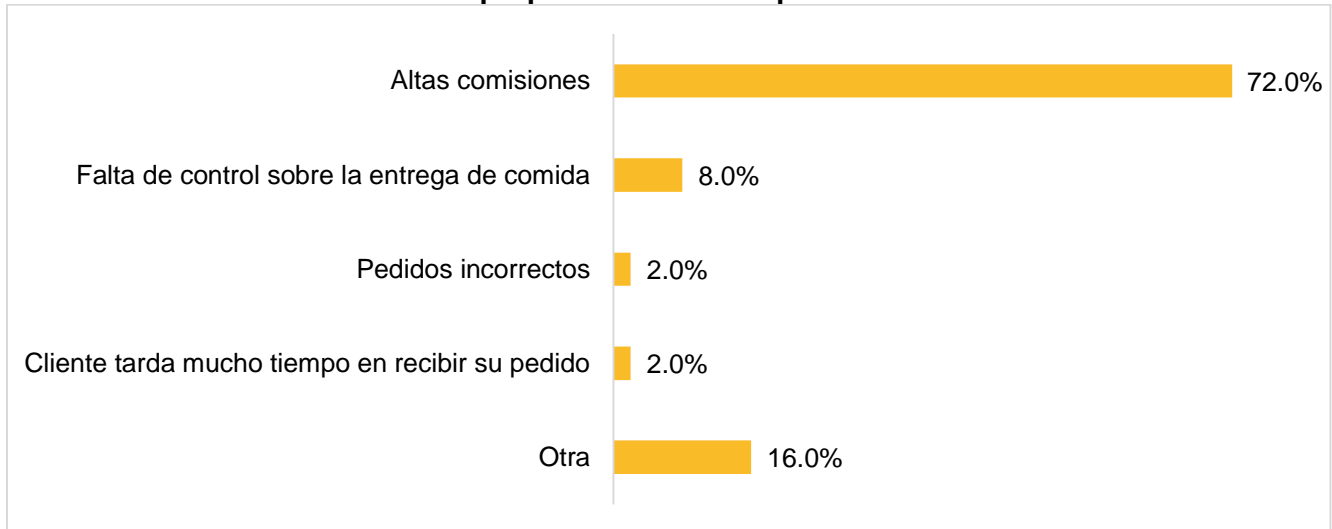


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

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

La principal razón por la cual los establecimientos están insatisfechos con las aplicaciones son sus altas comisiones con 72.0% 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, Tercera encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

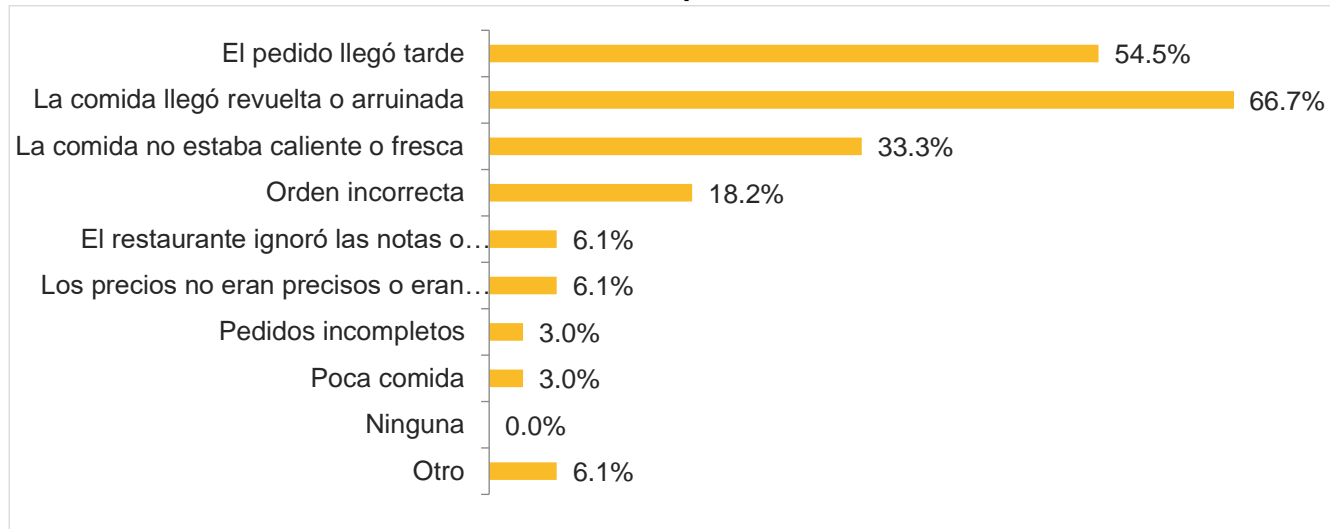
Tabla 7. ¿Cuál es la principal razón por la que no está satisfecho con el servicio que proporcionan estas aplicaciones? julio, octubre 2020 y marzo 2021

Opción	Julio 2020	Octubre 2020	Marzo 2021
Altas comisiones	80.0%	77.8%	72.0%
Falta de control sobre la entrega de comida	2.5%	6.3%	8.0%
Cliente tarda mucho tiempo en recibir su pedido	2.5%	1.6%	2.0%
Pedidos incorrectos	0.0%	1.6%	2.0%
Mala actitud de los repartidores	1.3%	0.0%	0.0%
Mal servicio al cliente por parte de la aplicación	3.8%	3.2%	0.0%
Otra	10.0%	9.5%	16.0%

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

La principal queja que reciben los restaurantes por parte de los clientes por el uso de aplicaciones es que la comida llegó revuelta o arruinada, con 66.7%, seguida de que el pedido llegó tarde con un 54.5% y que la comida no estaba caliente o fresca con 33.3%.

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



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

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

Tabla 8. ¿Cuáles son las quejas que comúnmente recibe de los clientes por el uso de estas aplicaciones? julio, octubre 2020 y marzo 2021

Opción	Julio 2020	Octubre 2020	Marzo 2021
El pedido llegó tarde	37.1%	41.0%	54.5%
La comida llegó revuelta o arruinada	30.8%	24.8%	66.7%
La comida no estaba caliente o fresca	20.1%	15.4%	33.3%
Orden incorrecta	8.2%	10.3%	18.2%
El restaurante ignoró las notas o instrucciones	5.0%	2.6%	6.1%
Los precios no eran precisos o eran confusos	5.0%	0.0%	6.1%
Otro	10.7%	7.7%	6.1%
Ninguna	32.1%	35.9%	0.0%
Pedidos incompletos	0.0%	0.0%	3.0%
Poca comida	0.0%	0.0%	3.0%
Poca comida	0.0%	0.0%	3.0%

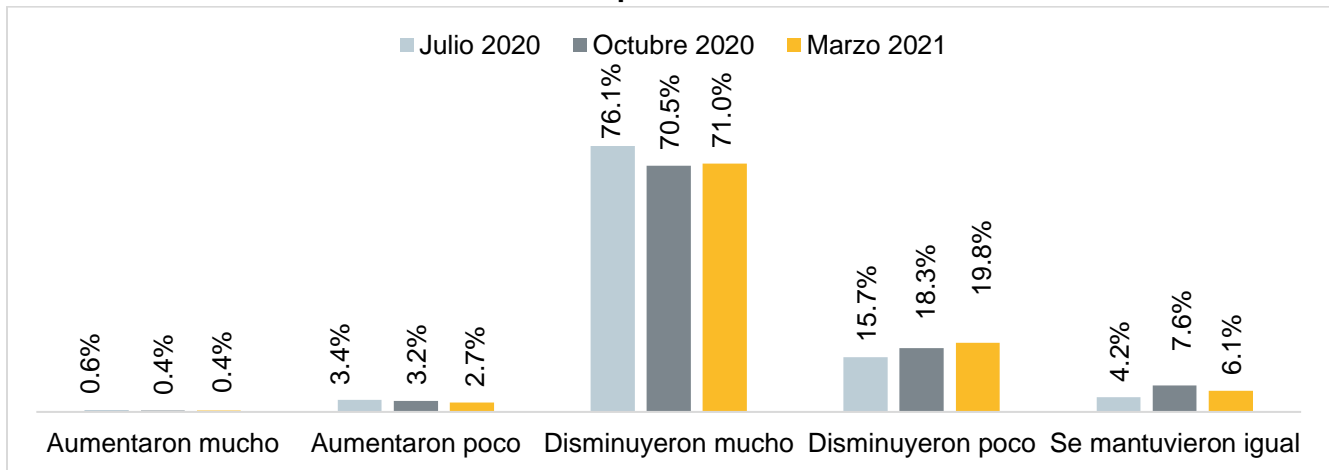
Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

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

2.3 Impacto por COVID-19

En el levantamiento de marzo de 2021, 71.0% de los restaurantes encuestados mencionaron que en febrero disminuyeron mucho las ventas, comparadas con el mismo mes del año anterior. Adicionalmente, 19.8% mencionó que disminuyeron poco.

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

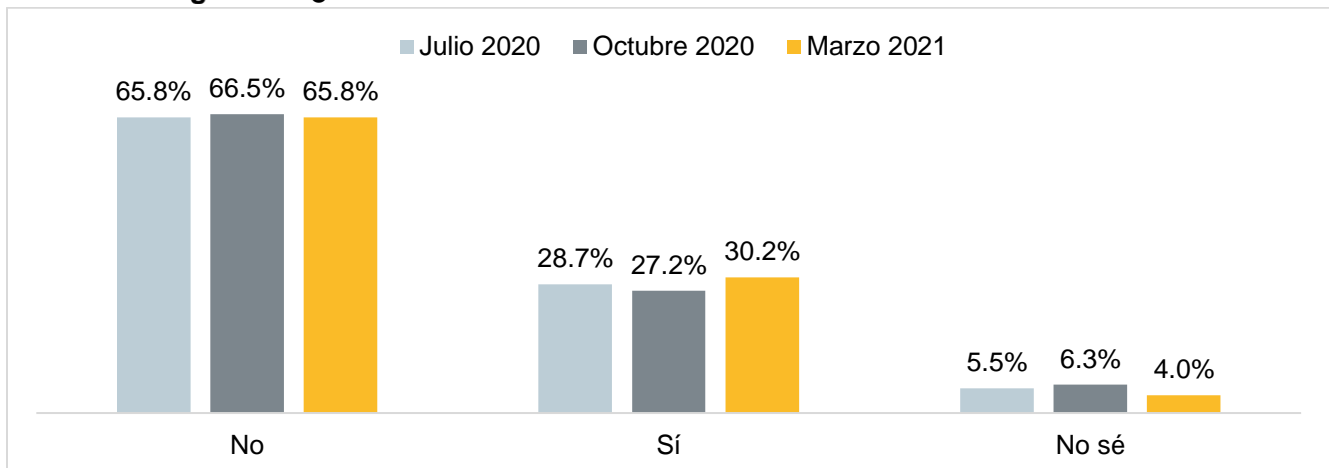


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

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

El 65.8% de los establecimientos menciona que no ha considerado cerrar de manera definitiva durante marzo de 2021, mientras que 30.2% ha pensado cerrar de manera definitiva. El porcentaje que menciona que ha pensado cerrar es superior al reportado en octubre de 2020 cuando la cifra se ubicó en 27.2%.

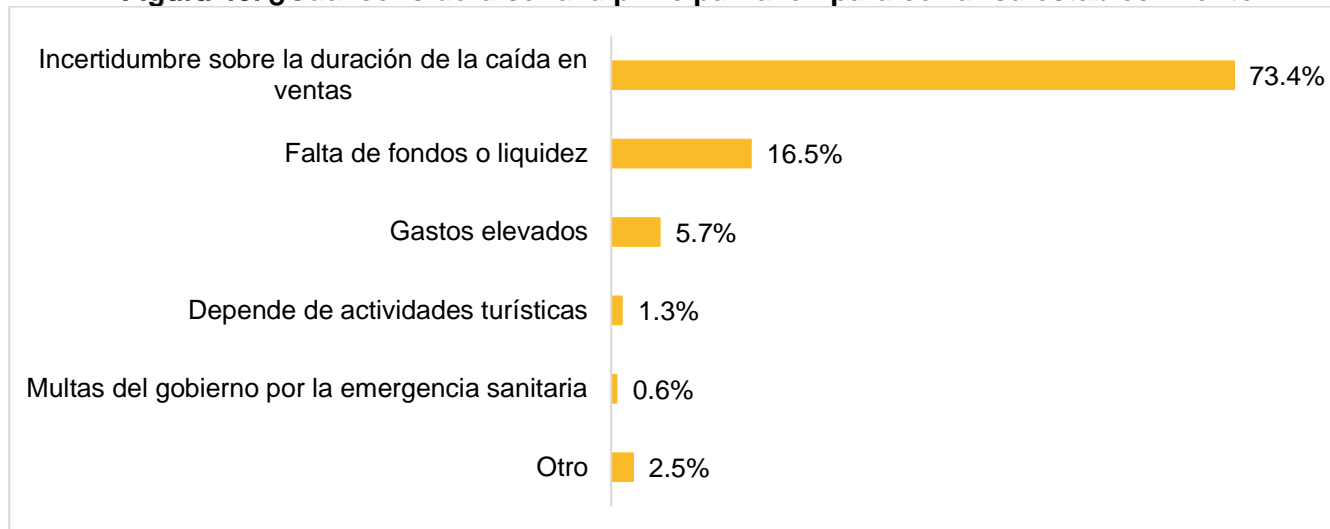
Figura 39. ¿Ha considerado cerrar su establecimiento de manera definitiva?



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 73.4% de las respuestas durante el mes de marzo de este año, mientras que para el mes de octubre tuvo el 65.6% de las menciones. La segunda razón para cerrar de manera definitiva es por falta de fondos o liquidez, con el 16.5% de las respuestas.

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



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

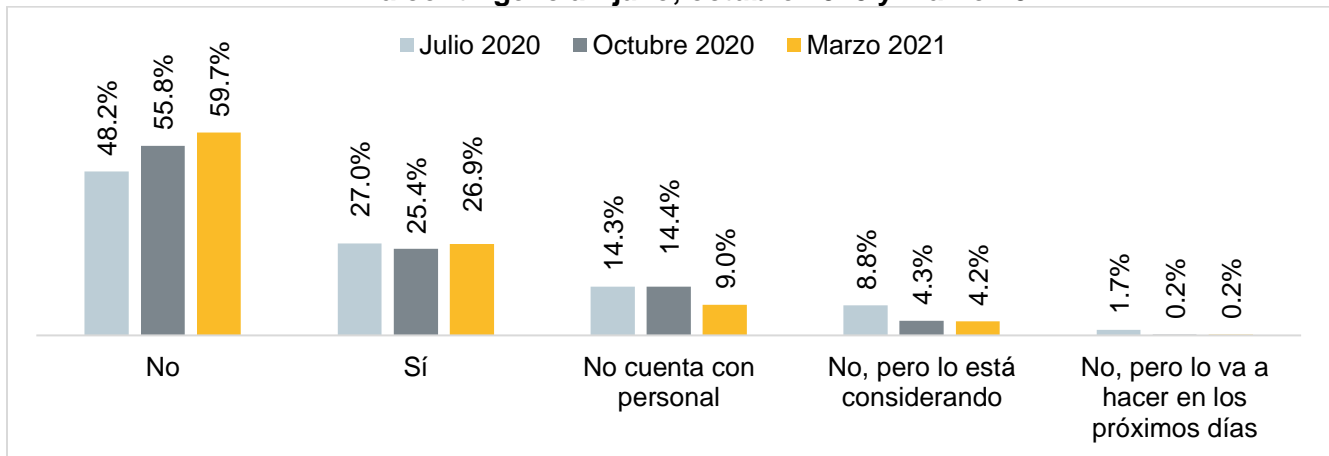
Tabla 9. ¿Cuál considera sería la principal razón para cerrar su establecimiento? julio, octubre 2020 y marzo 2021

Opción	Julio 2020	Octubre 2020	Marzo 2021
Incertidumbre sobre la duración de la caída en ventas	48.3%	65.6%	73.4%
Falta de fondos o liquidez	32.9%	22.5%	16.5%
Gastos elevados	8.7%	6.6%	5.7%
Depende de actividades turísticas	1.3%	0.7%	1.3%
Multas por emergencia sanitaria	1.3%	0.0%	0.6%
Problemas de cobranza	2.0%	2.0%	0.0%
Otro	5.4%	2.6%	2.5%

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

Durante el mes de marzo, el 59.7% de los establecimientos menciona que no se ha visto en la necesidad de despedir personal debido a la contingencia sanitaria, mientras que el 26.9% sí ha despedido personal y un 4.2% lo está considerando.

Figura 41. ¿Su establecimiento se ha visto en la necesidad de despedir personal debido a la contingencia? julio, octubre 2020 y marzo 2021

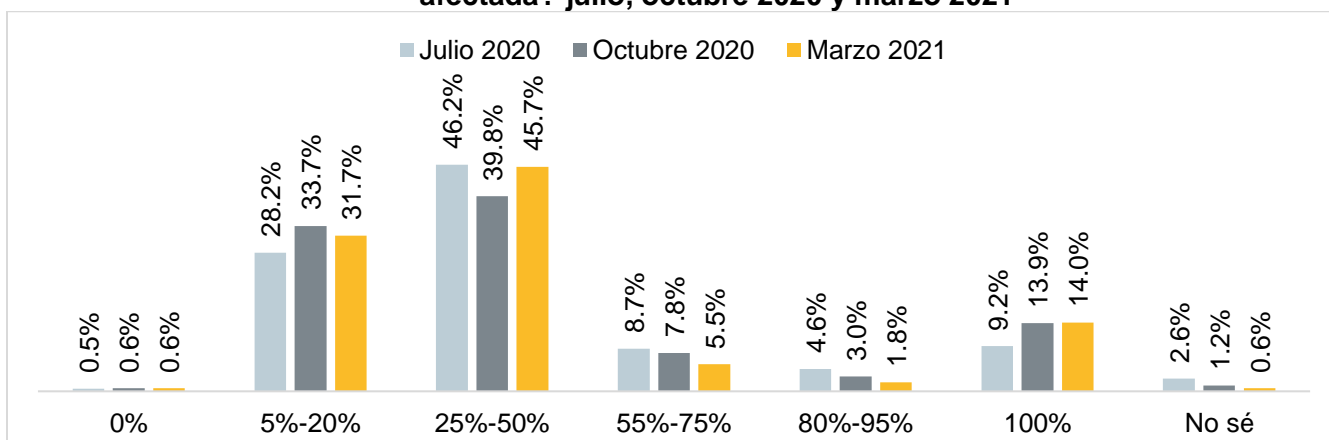


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

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

De los restaurantes que respondieron en el mes de marzo que han despedido o han considerado despedir, 45.7% mencionaron que entre el 25% a 50% de plantilla laboral fue o será afectada; este porcentaje es mayor en comparación con el mes de octubre (39.8%). Para el 14.0% de los establecimientos que consideran despedir 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? julio, octubre 2020 y marzo 2021

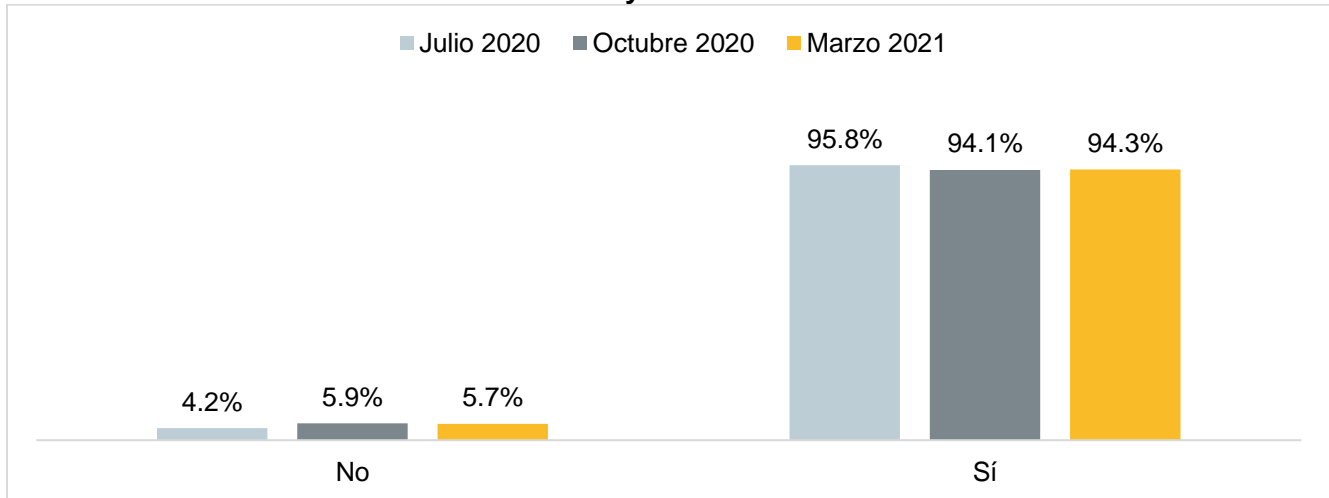


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

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

Durante el mes de marzo de 2021, el 94.3% de los establecimientos menciona que sí han implementado medidas sanitarias en su establecimiento, porcentaje muy similar al de octubre que fue de 94.1%; el restante 5.7% de los establecimientos menciona no implementar dichas medidas.

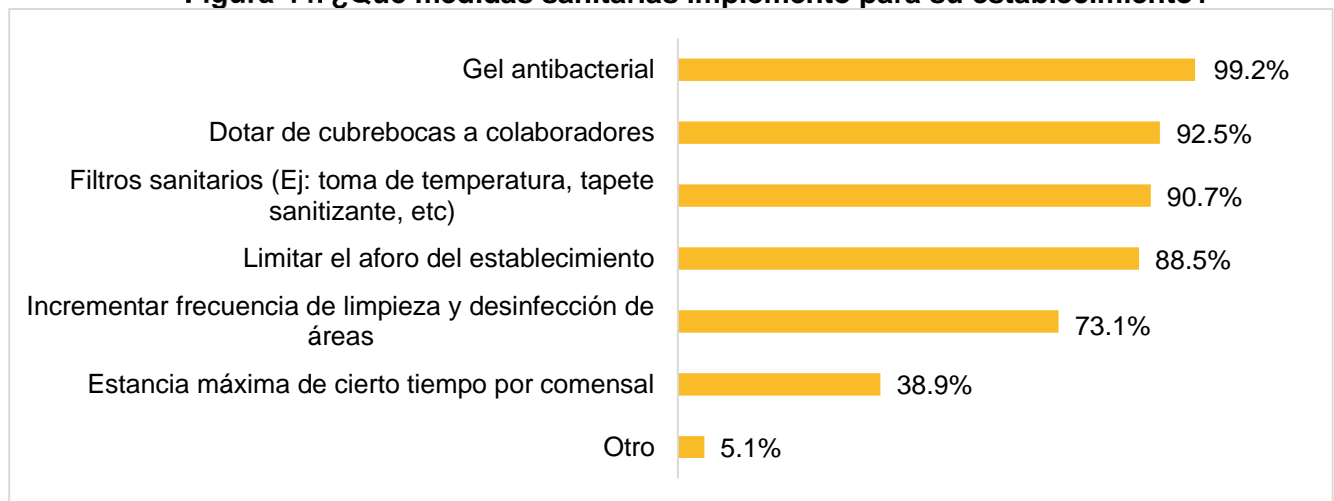
Figura 43. ¿Ha implementado medidas sanitarias en su establecimiento? julio, octubre 2020 y marzo 2021



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 (99.2%), seguido por el de dotar de cubrebocas a colaboradores (92.5%).

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

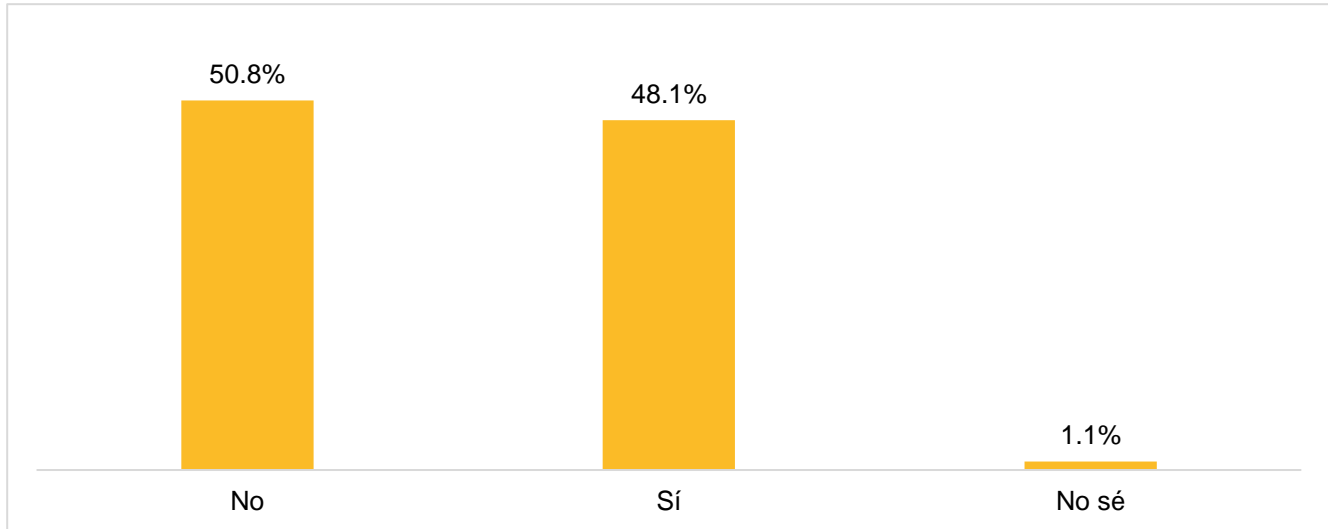


Fuente: IIEG, Tercera encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

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

El 50.8% de los restaurantes encuestados no cuenta con espacio para sentarse al aire libre, mientras que 48.1% sí lo tiene.

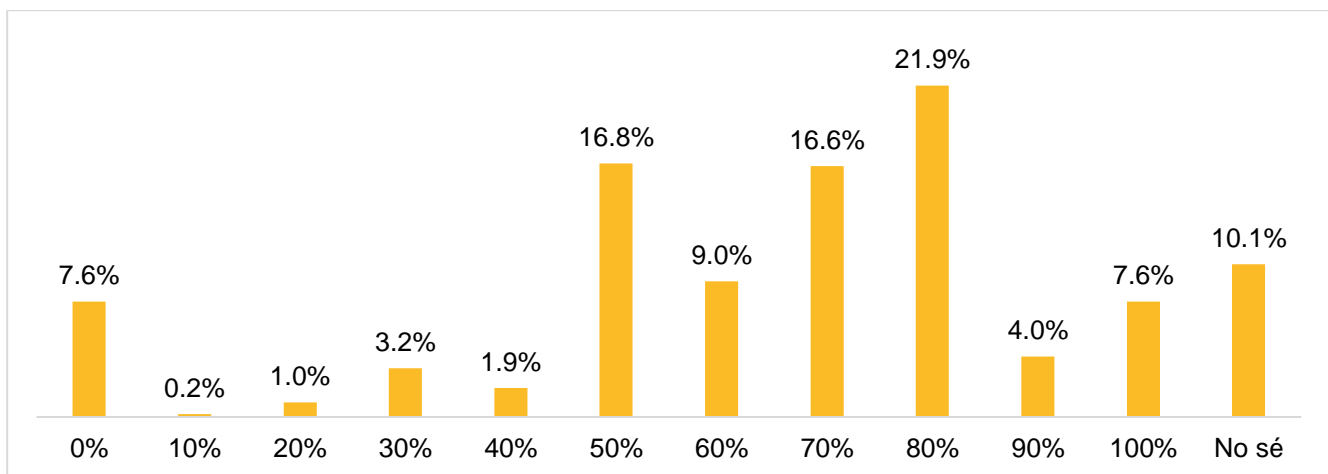
Figura 45. ¿Su establecimiento cuenta con espacio para sentarse al aire libre?



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

Por último, el 76.0% de los restaurantes menciona que necesitan al menos el 50% de aforo en espacios cerrados para la subsistencia del establecimiento; el 33.6% de los negocios necesitan 80% y más, y 7.6% estar operando al 100%.

Figura 46. ¿Qué capacidad de aforo en espacios cerrados es necesaria para la subsistencia de su establecimiento?



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

3 Conclusiones

La tercera encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales se levantó a 524 restaurantes de la entidad entre el 1 y 15 de marzo de 2021.

Los resultados de la encuesta muestran que en marzo de 2021, el servicio de ordena y recoja es la característica que más mencionaron los restaurantes encuestados con el 80.3%. Entrega a domicilio es un servicio que ofrecen el 52.5% de los restaurantes encuestados.

El 43.8% de los establecimientos tiene capacidad para atender de 1 a 10 clientes sentados en el lugar, mientras que el 25.2% tiene capacidad de 11 a 20. El 18.8% tiene capacidad para 31 o más personas. Finalmente, el 12.2% mencionó que tiene capacidad para 21 a 30 personas sentadas.

De los 524 establecimientos entrevistados el 21.4% mencionó que sí ha aumentado sus precios en los últimos 3 meses, por otro lado, el 77.9% no lo ha hecho. De los que han subido sus precios, la principal razón fue por el aumento en precios de insumos (alimentos) con el 89.1%, mientras que el 5.5% lo hizo por mayores gastos operativos, y el 4.5% para compensar la caída en las ventas.

El porcentaje de restaurantes con entrega a domicilio que indicaron que cuentan con repartidores propios fue de 81.8% en marzo de 2021. Este porcentaje es mayor al observado en julio de 2020 de 67.1% y al de octubre de 2020 de 73.3%.

El porcentaje de restaurantes con entrega a domicilio o servicio de ordene y recoja que indicaron que venden por medio de aplicaciones digitales fue de 20.8% en marzo de 2021. Este porcentaje es menor al observado en julio de 2020 de 45.8%, y menor al de octubre cuando 22.9% mencionaron que venden por medio de aplicaciones.

La razón principal por la que los restaurantes con entrega a domicilio o servicio de ordene y recoja no utiliza aplicaciones de entregas de comida a domicilio fue las altas comisiones o que no les es rentable con un 44.9%, seguida de que no les interesan o no les dan confianza con 30.9%.

DiDi food se mantiene como la aplicación más utilizada entre los establecimientos que cuentan con entrega a domicilio u ordene y recoja con un 69.2% de participación, y muestra un ligero descenso con respecto al 70.1% reportado en octubre. Rappi y Uber Eats aumentaron con respecto a la encuesta anterior. En esta tercera encuesta no se incluyó a Sin Delantal debido a su salida del mercado mexicano, y se incluye a Menú Local debido a su reciente ingreso. El 16.5% de los restaurantes encuestados que usan aplicaciones mencionaron que están utilizando esta nueva aplicación.

El 25.3% 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, una disminución con respecto al 33.3% de octubre. En contraste, aumentó el porcentaje de restaurantes con una mayor participación de los ingresos en el rango de 6% a 25%, de 37.6% en octubre de 2020 a 44.0% en marzo. El 18.7% de los restaurantes que usan aplicaciones mencionó que los ingresos por estos medios representaron entre el 26% y 50% del total de los ingresos del restaurante, cifra ligeramente superior al 17.9% reportado en octubre de 2020.

Por otro lado, el 86.8% los encuestados respondió que los precios que ofrece en las aplicaciones son mayores a los que ofrece en su establecimiento. De los restaurantes que respondieron que el precio que ofrecen en las aplicaciones es superior al que ofrecen en su establecimiento, el 22.8% respondió que es aproximadamente 30% más alto. El 45.3% de los negocios mencionaron que no les era rentable el uso de estas plataformas en octubre del año pasado. Este porcentaje disminuyó en marzo de este año a 33.0%. El 60.4% menciona que es algo rentable.

El 22.0% de los restaurantes que usan plataformas digitales mencionan que no están satisfechos con ellas, y 72.0% de ellos señala como principal razón las altas comisiones que cobran.

Con relación a las afectaciones económicas por la pandemia de COVID-19, en el levantamiento de marzo, el 71.0% de los restaurantes encuestados mencionaron que en febrero disminuyeron mucho las ventas, comparadas con el mismo mes del año anterior. Adicionalmente, 19.8% mencionó que disminuyeron poco.

Asimismo, 30.2% 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 59.7% de los establecimientos menciona que no se ha visto en la necesidad de despedir personal debido a la contingencia sanitaria, mientras que el 26.9% sí ha despedido personal y un 4.2% lo está considerando.

Anexo. Nota metodología

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 restaurantero de la entidad. La estrategia de levantamiento se realizó por dos 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 399 encuestas completas a restaurantes, lo que representa el 76.1% del total de la muestra. Cabe señalar que otros 41 restaurantes que fueron contactados mencionaron que ya estaban cerrados definitivamente por lo que no se les aplicó el cuestionario.
- 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 125 restaurantes, esto es, 23.9% del total de la muestra alcanzada.

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 399 restaurantes encuestados, que arroja un margen de error de 4.9% y un nivel de confianza del 95%. Como ya se mencionó, otros 41 restaurantes que fueron contactados mencionaron que ya estaban cerrados definitivamente por lo que no se les aplicó el cuestionario; estos no entraron en el cálculo del margen de error ni en el de nivel de confianza.

La parte del levantamiento realizada en línea 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 125 encuestas con los correos enviados por el IIEG.

Por lo tanto, en total, se levantaron 524 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 15 de marzo de 2021.

A7. Cuestionario

Tercera encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales

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

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
- No tengo empleados

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?

- Lista despegable

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

- Lista despegable

8. ¿Cuántos años lleva su negocio abierto?

- Lista despegable

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
- Ordena y recoja (el cliente pasa por su alimento al establecimiento)

- Ninguna

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?

- 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)

Entrega de comida a domicilio

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

- Sí
- No (pase a la pregunta 17)
- No sé (pase a la pregunta 17)

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 “Servicio para llevar”)

- 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)

- DiDi Food
- Uber Eats
- Rappi
- Menú Local
- Otra (Por favor especifique)

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

DiDi Food	Uber Eats	Rappi	Menú Local	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?

- Lista despegable

17.5 ¿Cuál es el gasto promedio de un pedido en estas plataformas digitales?

- Menos de \$75
- \$75 a \$100
- \$101 a \$125
- \$126 a \$150
- \$151 a \$200
- \$201 a \$250
- \$251 a \$300
- Más de \$300

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

- Menos de 15%
- 18%-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?

- Lista despegable

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

- Sí
- No (pase a la pregunta 17.11)
- No sé (pase a la pregunta 17.11)

17.10 ¿Cuál es la razón principal por la que ha aumentado sus precios? (solo si responden sí a la pregunta anterior)

- Por compensar caídas en ventas
- Por el aumento de comisiones e impuestos de estas aplicaciones
- Por aumento de precios de sus competidores
- Otra (Por favor especifique)

17.11 ¿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

17.12 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 17.14)
- Algo satisfecho/a (pase a la pregunta 17.14)
- Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a
- Algo insatisfecho/a
- Muy insatisfecho/a

17.13 ¿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)

17.14 ¿Recibe quejas de los clientes por el uso de estas aplicaciones?

- Sí
- No
- No sé

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

- El pedido llegó tarde
- La comida llegó revuelta o arruinada
- La comida no estaba caliente o fresca
- Orden incorrecta
- El restaurante ignoró las notas o instrucciones
- Los precios no eran precisos o eran confusos
- Otra (Por favor especifique)

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 febrero?

- 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?

- Lista despegable

21. ¿Ha implementado medidas sanitarias en su establecimiento?

- Sí
- No (fin de la encuesta)

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

- Gel antibacterial
- Filtros sanitarios (Ej: toma de temperatura, tapete sanitizante, etc)
- Limitar el aforo del establecimiento
- Estancia máxima de cierto tiempo por comensal
- Incrementar frecuencia de limpieza y desinfección de áreas
- Dotar de cubrebocas a colaboradores
- Otras (Por favor especifique)

22 ¿Su establecimiento cuenta con espacio para sentarse al aire libre?

- Sí
- No
- No sé

23 ¿Qué capacidad de aforo en espacios cerrados es necesaria para la subsistencia de su establecimiento?

- Lista despegable



contacto@iieg.gob.mx
www.iieg.gob.mx



Calzada de los Pirules 71 Col. Cd. Granja
C.P. 45010, Zapopan, Jalisco, Méx.
Teléfono: (33) 3777-1770



IIEG
Instituto de Información
Estadística y Geográfica
de Jalisco

