



IIEG
Instituto de Información
Estadística y Geográfica
de Jalisco



Encuesta a **restaurantes**

2023

Fecha de publicación: **26 de abril de 2023**

Elaborado por la 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	Entrega a domicilio y uso de plataformas digitales	17
3	Conclusiones	33
	Anexo. Nota metodológica.....	34
A1.	Diseño conceptual de la encuesta.....	34
A2.	Unidad de observación	34
A3.	Cobertura geográfica	35
A4.	Muestra.....	35
A5.	Cobertura temática.....	35
A6.	Periodo de levantamiento.....	35
A7.	Cuestionario.....	36

Resumen ejecutivo

La quinta encuesta a restaurantes se elaboró con base en una muestra efectiva de 455 establecimientos del sector restaurantero de Jalisco levantada del 6 al 16 de marzo de 2023, con el objetivo de generar información estadística periódica sobre los restaurantes de Jalisco en general, así como del uso de plataformas digitales de entrega de comida en particular, que ayude al análisis del uso de las nuevas tecnologías en el desempeño y evolución de los negocios en la industria restaurantera de Jalisco a lo largo del tiempo, al realizar una comparación con las encuestas levantadas en octubre de 2020, marzo de 2021 y marzo de 2022. Los principales resultados en marzo de 2023 son los siguientes.

En el 44.4% de los restaurantes encuestados el dueño o socio principal es mujer mientras que en el 48.6% es hombre. En la encuesta de marzo de 2022, en el 51.0% de los restaurantes encuestados las mujeres eran las dueñas o socias principales.

El 33.4% de los establecimientos tiene capacidad para atender de 1 a 10 clientes sentados en el lugar, mientras que el 24.4% tiene capacidad de 11 a 20 clientes. El 15.2% tiene capacidad para 21 a 30 personas sentadas. Finalmente, el 15.6% mencionó que tiene capacidad para 31 o más personas.

Por otro lado, el 57.1% de los restaurantes mencionó que sí han aumentado los precios ofrecidos en su establecimiento en los últimos 3 meses, porcentaje mayor al 43.4% reportado en la encuesta de 2022. El incremento de los precios de insumos (alimentos) la principal razón, con el 97.3% de los que han aumentado precios, mientras que el 1.2% lo hizo para compensar la caída en las ventas, y el 1.2% fue por mayores gastos operativos.

Sobre los servicios que ofrece el establecimiento, el de ordena y recoja es el que más mencionaron los restaurantes encuestados con el 81.8%. Entrega a domicilio es un servicio que ofrecen el 51.6% de los restaurantes encuestados. Cabe señalar que, en la encuesta del año pasado, el 78.6% de los restaurantes mencionaron contar con servicio de ordena y recoja, mientras que el 46.7% contaban con servicio de entrega a domicilio. En 2023, el 84.4% de los restaurantes cuenta con servicio a domicilio y/o el servicio de ordenar y recoger.

El porcentaje de restaurantes con entrega a domicilio que indicaron que sí cuentan con repartidores propios fue de 84.7% en marzo de 2023. Este porcentaje es similar al observado en marzo de 2022 de 84.4% y mayor al marzo de 2021 de 81.8%.

Con relación al uso de aplicaciones digitales, 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 14.3% en marzo de 2023. Este porcentaje es similar al observado en marzo de 2022 de 14.6%, pero menor al de marzo de 2021 cuando 20.8% mencionaron que vendían por medio de aplicaciones. La razón principal por la que los restaurantes no utilizan aplicaciones fue porque no les interesan o no les dan confianza con 31.2%, seguido de las altas comisiones o que no les es rentable con un 26.2%. El 13.9% mencionó que no las utiliza porque desconoce el funcionamiento de éstas y un 11.0% porque no hay cobertura de estas aplicaciones en el lugar donde se ubica su establecimiento. Además, de los que las

utilizan, el 38.2% de los encuestados respondió que utiliza solamente una aplicación, mientras que el 34.5% y el 23.6% utilizan dos y tres aplicaciones, respectivamente. Solo el 3.6% utiliza 4 aplicaciones. Adicionalmente, el 29.1% de los negocios mencionaron que no les era rentable el uso de estas plataformas en marzo de 2023, un aumento considerable con respecto a marzo de 2022 cuyo porcentaje fue de 15.6%.

DiDi Food se mantiene como la aplicación más utilizada entre los establecimientos, con un 69.1% de participación, sin embargo, muestra una ligera disminución con respecto al 71.9% reportado en marzo de 2022. Por otro lado, Uber Eats deja de ser la aplicación que más ingresos genera, cayendo de 35.9% a 25.5% de las menciones. Mientras que Rappi y DiDi Food quedan empatadas en primer lugar con 30.9% de respuestas como las aplicaciones que generan mayores ingresos. Asimismo, DiDi Food se mantiene como la aplicación con la percepción de cobrar menores comisiones, con un 40.0% de las menciones.

El 81.8% los encuestados respondió que los precios que ofrece en las aplicaciones son mayores a los que ofrece en su establecimiento. Este porcentaje es mayor al 75.0% reportado en el estudio anterior. De este 81.8%, el 24.4% respondió que los precios son aproximadamente 30% más altos.

Finalmente, con relación a la reforma a la Ley General para el Control del Tabaco la cual impide fumar dentro del establecimiento, el 9.9% mencionó que sí se han visto afectados. Sin embargo, el grado de afectación depende de la capacidad de clientes sentados en el restaurante, pues en aquellos con capacidad de más de 20 clientes sentados, el porcentaje de afectación es superior al 20%.

1 Introducción

El presente documento presenta los resultados de la “encuesta a restaurantes 2023”, la cual tiene el objetivo de generar información estadística periódica sobre los restaurantes de Jalisco en general, así como del uso de plataformas digitales de entrega de comida en particular, 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 2020 se llevó a cabo una primera encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales 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 de 2020 se realizó un nuevo levantamiento a 556 restaurantes. En marzo de 2021 se hizo la tercera encuesta de este estudio a 524 establecimientos, mientras que en la encuesta de marzo se obtuvo respuesta de 537 restaurantes. En esta última encuesta se obtuvo una muestra de 455 establecimientos.

El presente estudio, además de reflejar los resultados obtenidos durante el mes de marzo de 2023, realiza comparaciones con los datos obtenidos en las encuestas de marzo de 2021 y 2022, así como de octubre del año 2020.

La quinta encuesta se levantó entre el 6 y el 16 de marzo de 2023, 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.

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 últimas tres encuestas.

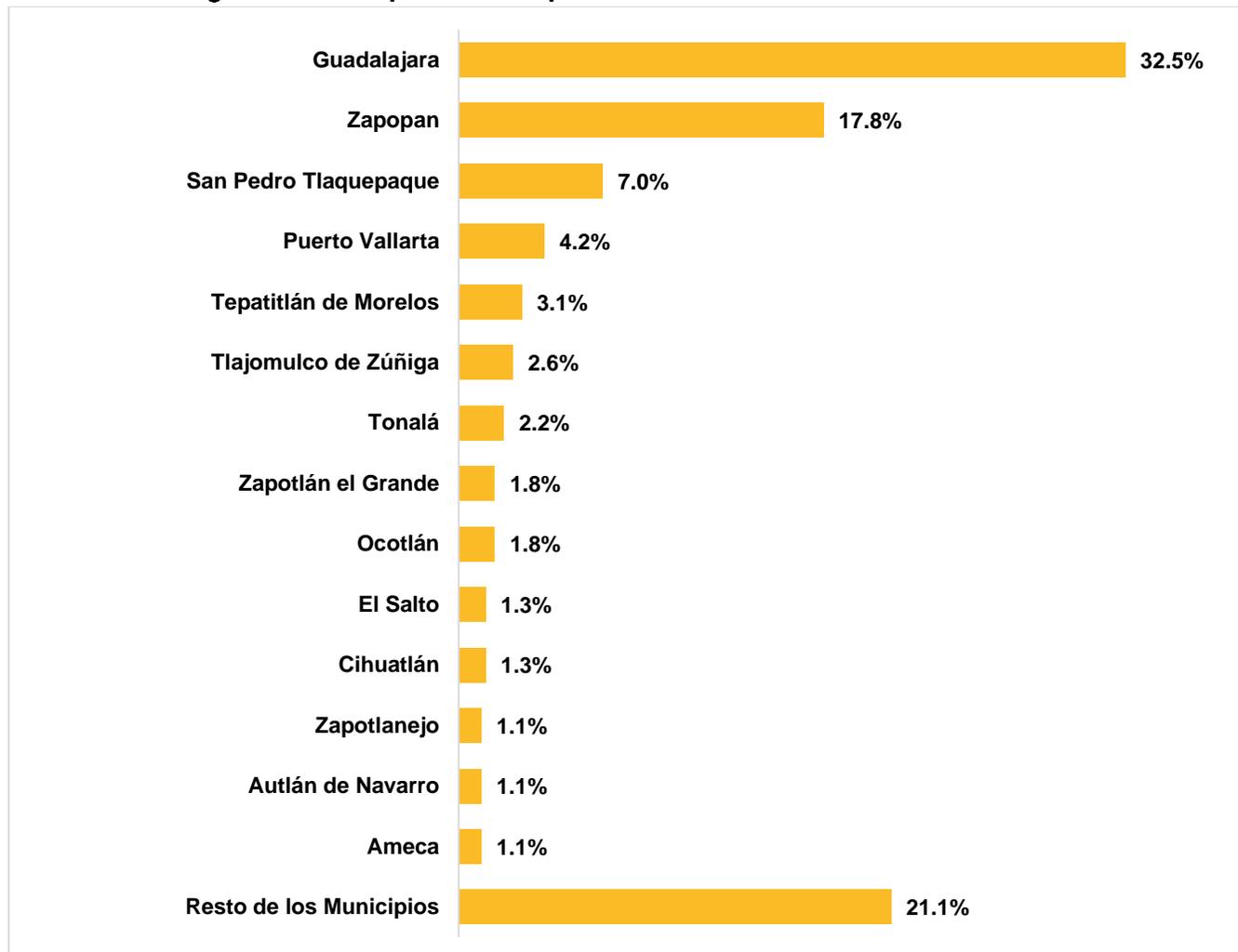
2 Resultados de la encuesta

La “encuesta a restaurantes 2023” se levantó a 455 restaurantes del 6 al 16 de marzo de 2023 e incluye dos secciones: i) características generales del establecimiento y ii) entrega de comida a domicilio y uso de plataformas digitales.

2.1 Características generales del establecimiento

El total de los municipios que participaron en la encuesta fueron 63, de los cuales, las unidades económicas de Guadalajara son las que tuvieron una mayor participación con el 32.5%; le sigue Zapopan con 17.8% y Tlaquepaque con 7.0%. En conjunto estos tres municipios concentraron el 57.4% de los restaurantes encuestados.

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



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

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 33.8%. Los restaurantes con servicio de preparación de antojitos quedaron en segundo lugar, con una participación de 18.5%. Los restaurantes con servicios de preparación de alimentos a la carta o de comida corrida representaron 14.5% de los establecimientos encuestados.

Figura 2. Giros de las unidades económicas encuestadas

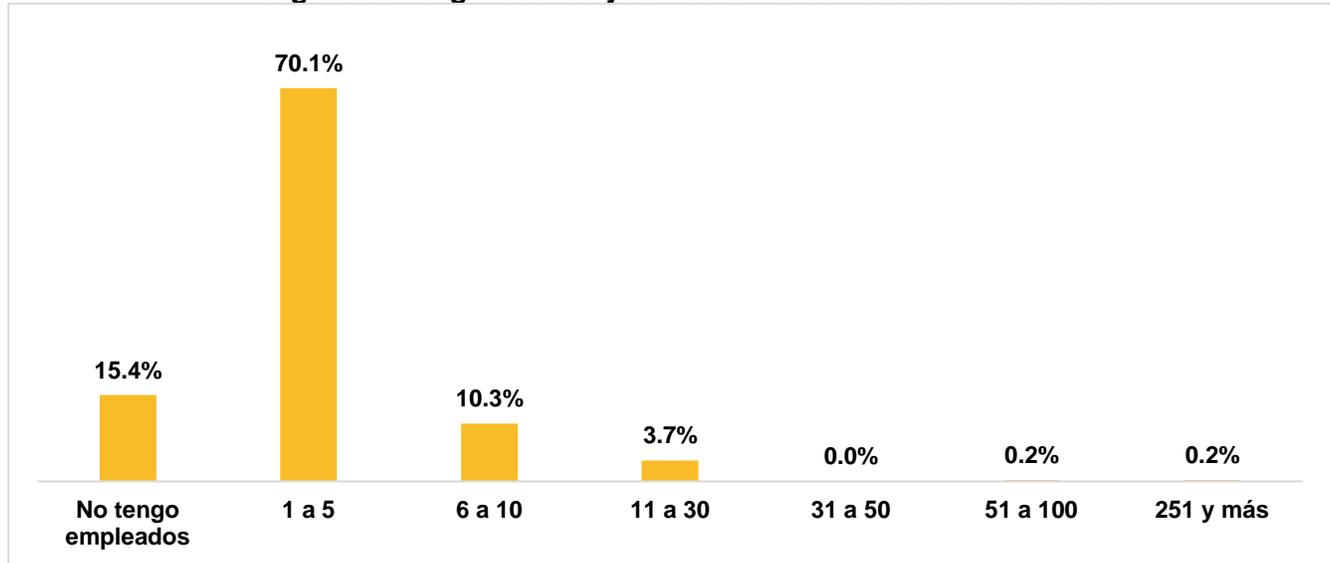


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.



Del total de los restaurantes encuestados, 70.1% tienen de 1 a 5 empleados, mientras que 10.3% tienen de 6 a 10. Por otro lado, solo el 4.18% los restaurantes mencionaron tener más de 10 empleados. El 15.4% dijo no tener trabajadores en su negocio.

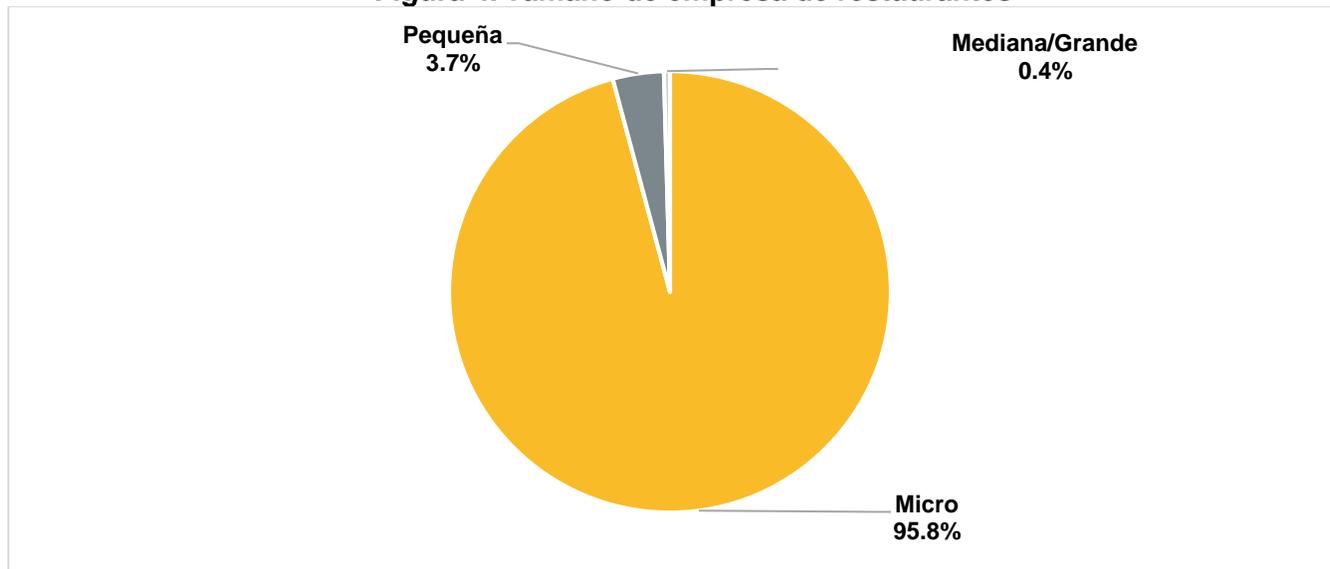
Figura 3. Rango de trabajadores de las unidades encuestadas



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

La participación por tamaño del restaurante, de acuerdo con el número de empleados, en marzo de 2023 fue de 95.8% para microempresas, 3.7% para pequeñas, y de 0.4% para medianas y grandes.

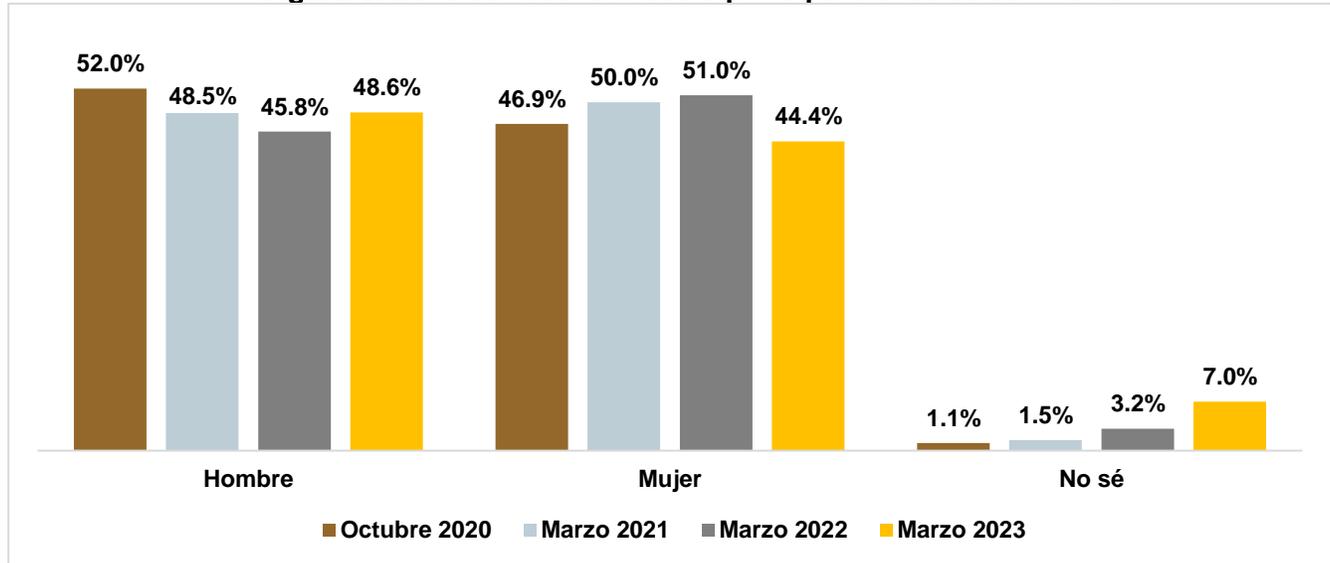
Figura 4. Tamaño de empresa de restaurantes



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

En marzo de 2023, en el 44.4% de los restaurantes encuestados el dueño o socio principal es mujer mientras que en el 48.6% es hombre. En la encuesta anterior de marzo de 2022, en el 51.0% de los restaurantes encuestados las mujeres eran las dueñas o socias principales y en el 45.8% hombres.

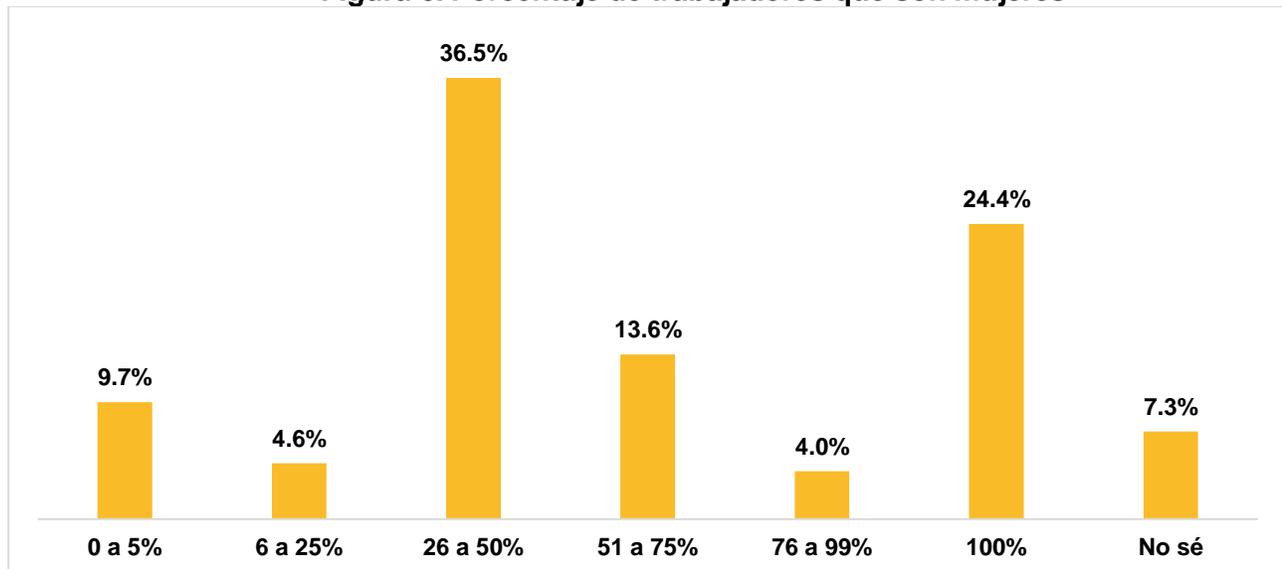
Figura 5. Sexo del dueño o socio principal del establecimiento



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales y Encuesta a restaurantes 2023.

En el 24.4% de los restaurantes encuestados, el 100% de los empleados son mujeres. Asimismo, en el 42.0% de los restaurantes, más del 50% de los empleados son mujeres.

Figura 6. Porcentaje de trabajadores que son mujeres

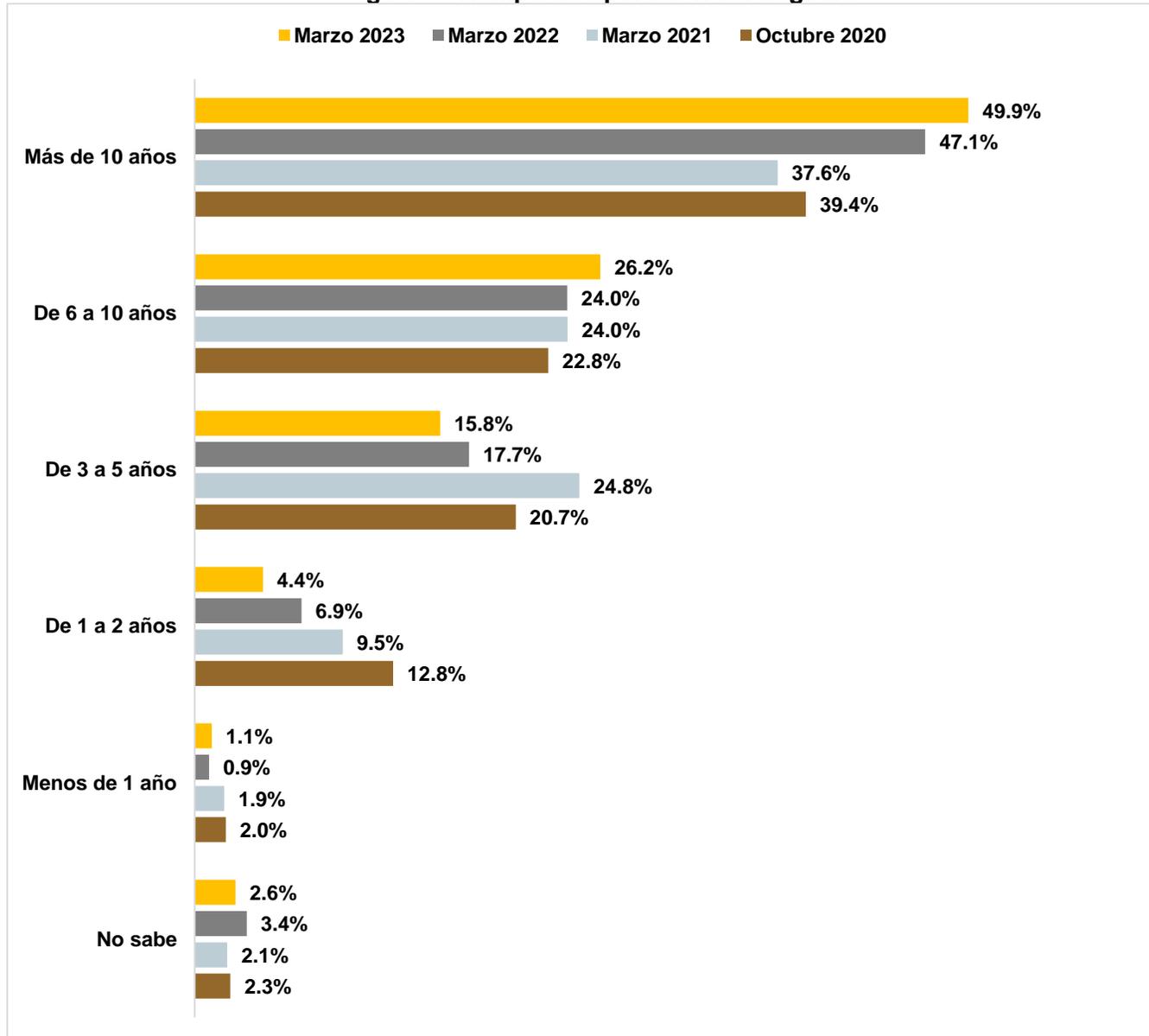


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

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

El 49.9% de los negocios dijeron tener más de diez años de operación, porcentaje mayor al 47.1% que contestaron en marzo del año pasado y al de marzo de 2021 de 37.6%. Las empresas más recientes, las que llevan dos años o menos operando, representaron el 5.5% de los encuestados en marzo de 2023, cuando en marzo de 2022 fue de 7.8% y en marzo de 2021 fue de 11.5%.

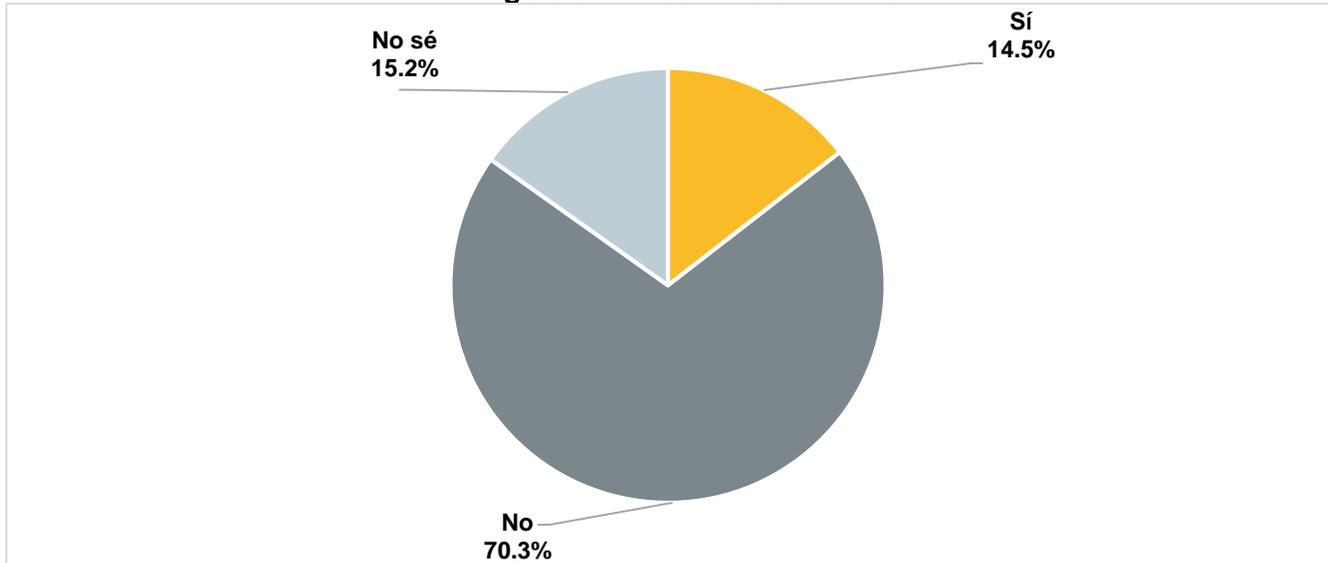
Figura 7. Tiempo de operación del negocio



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 Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC) son el 14.5% del total encuestado en marzo de 2023, porcentaje superior al 13.0% reportado en marzo de 2022.

Figura 8. Afiliación a CANIRAC

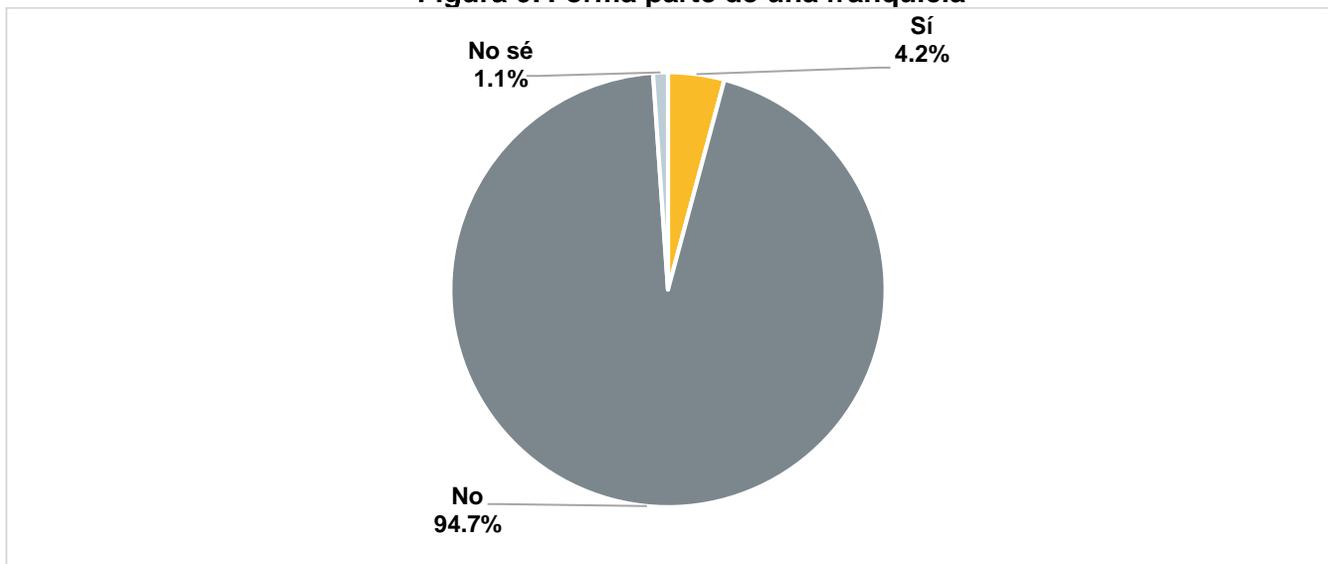


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

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

Las empresas que forman parte de una franquicia son el 4.2% de los encuestados, cifra similar al 4.5% del año pasado.

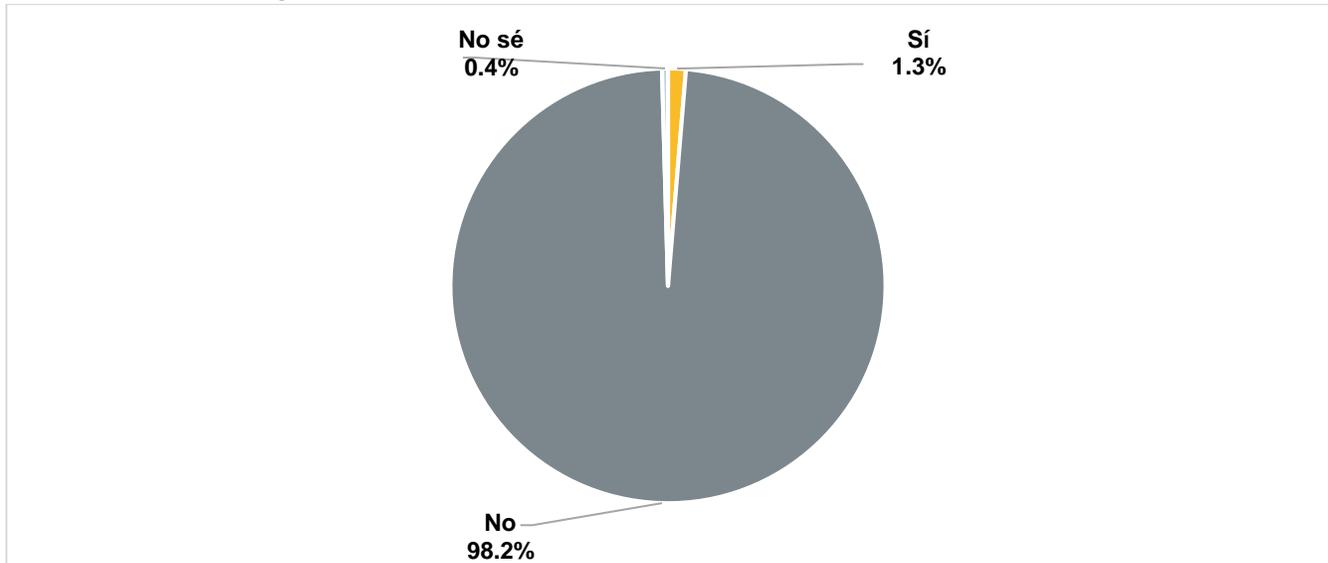
Figura 9. Forma parte de una franquicia



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

Solo el 1.3% de los encuestados mencionó estar dentro de un hotel o resort turístico, mientras que el 98.2% no lo está.

Figura 10. Establecimientos dentro de un hotel o resort turístico



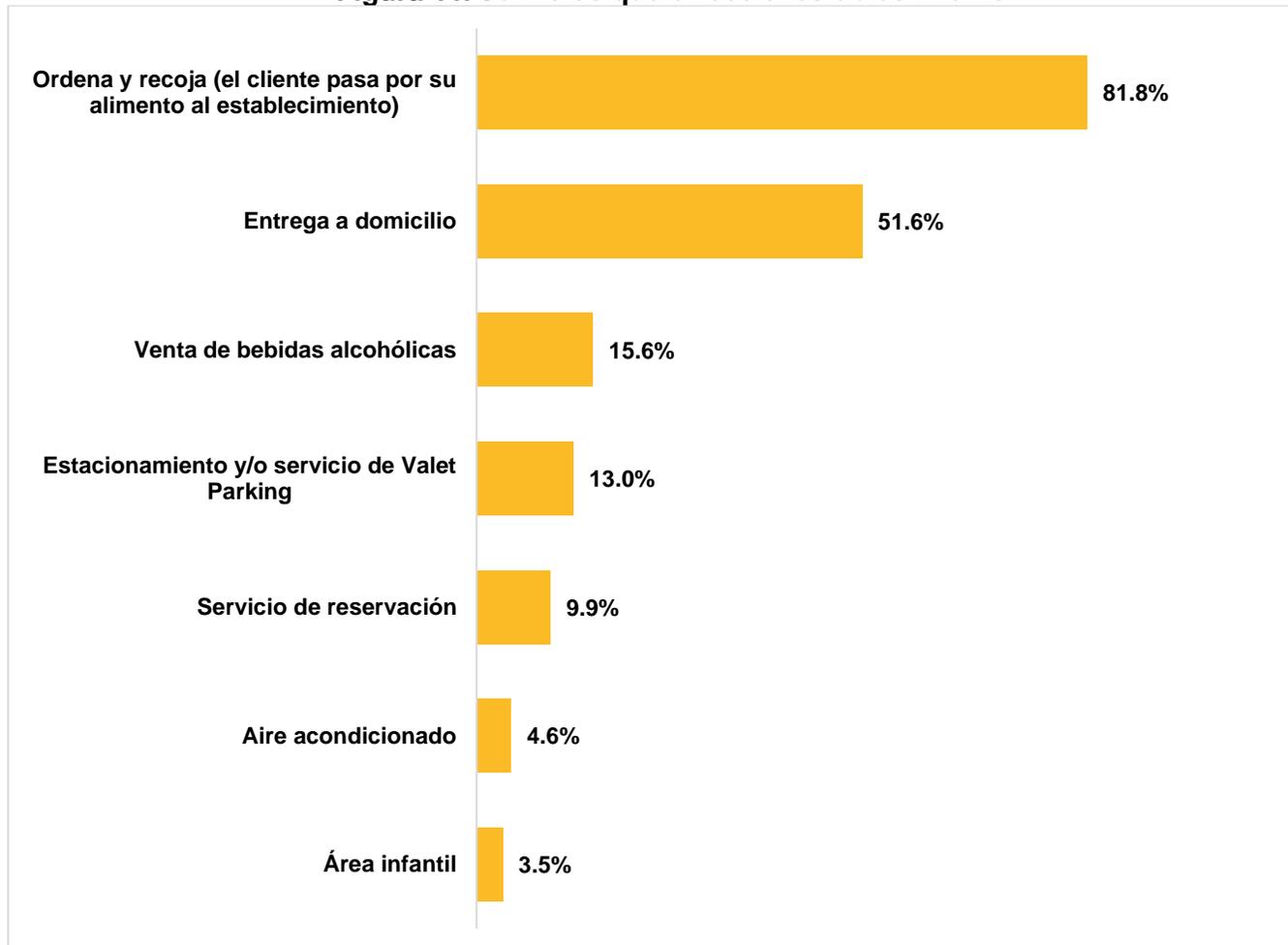
Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

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

Sobre los servicios que ofrece el establecimiento, el de ordena y recoja es el que más mencionaron los restaurantes encuestados con el 81.8%. Entrega a domicilio es un servicio que ofrecen el 51.6% de los restaurantes encuestados. El 15.6% de los establecimientos cuenta con venta de bebidas alcohólicas. El servicio de estacionamiento o *valet parking* lo tienen el 13.0% de los negocios, por otro lado, el servicio de reservación tuvo un 9.9% de las menciones. Por último, los servicios de aire acondicionado y área infantil lo tienen el 4.6% y el 3.5%, respectivamente.

Cabe señalar que, en la encuesta del año pasado, el 78.6% de los restaurantes mencionaron contar con servicio de ordena y recoja, mientras que el 46.7% contaban con servicio de entrega a domicilio.

Figura 11. Servicios que ofrece el establecimiento

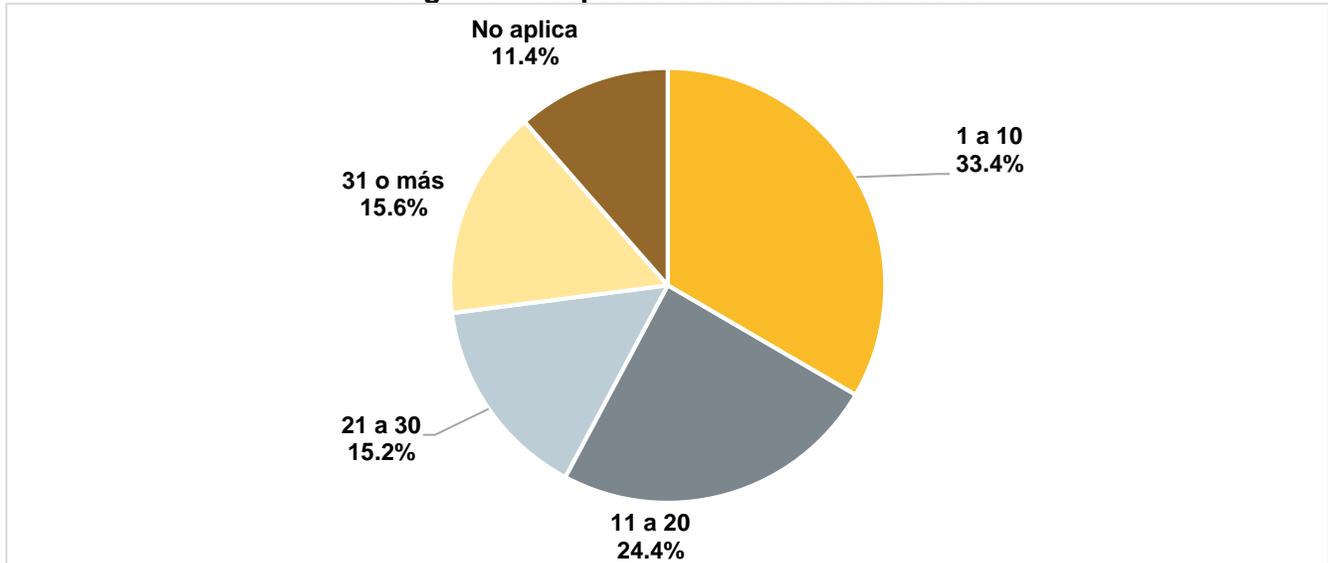


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

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

El 33.4% de los establecimientos tiene capacidad para atender de 1 a 10 clientes sentados en el lugar, mientras que el 24.4% tiene capacidad de 11 a 20 clientes. El 15.2% tiene capacidad para 21 a 30 personas sentadas. Finalmente, el 15.6% mencionó que tiene capacidad para 31 o más personas. Finalmente, el 15.6% mencionó que tiene capacidad para 31 o más personas.

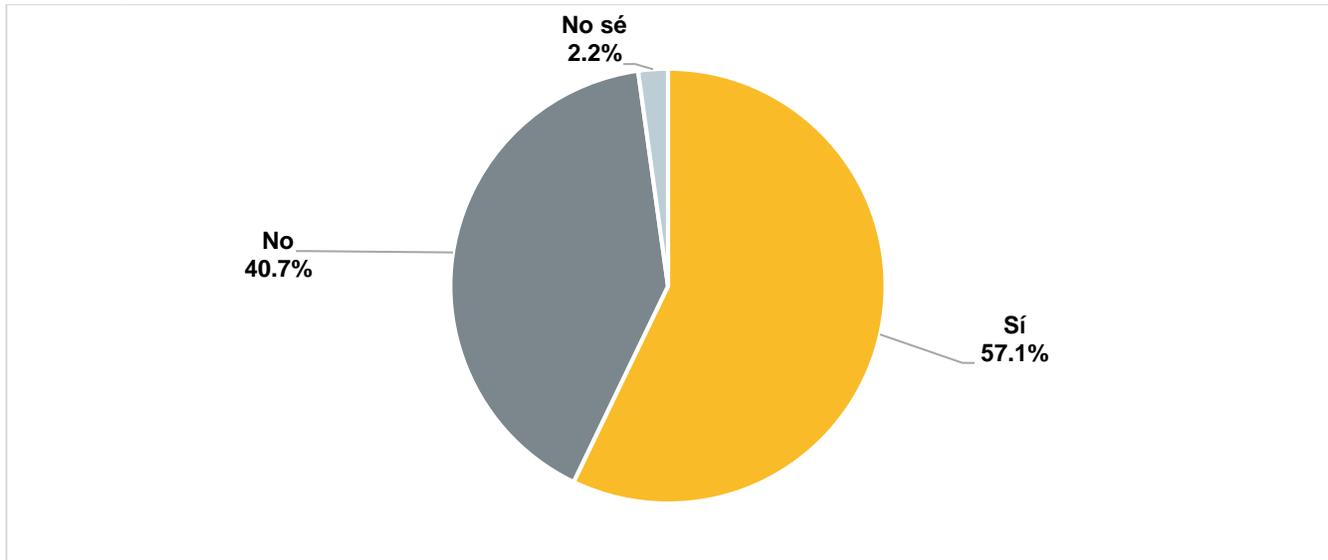
Figura 12. Capacidad de clientes sentados



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

De los 455 establecimientos encuestados, el 57.1% mencionó que sí han aumentado los precios ofrecidos en su establecimiento en los últimos 3 meses, por otro lado, el 40.7% no lo ha hecho.

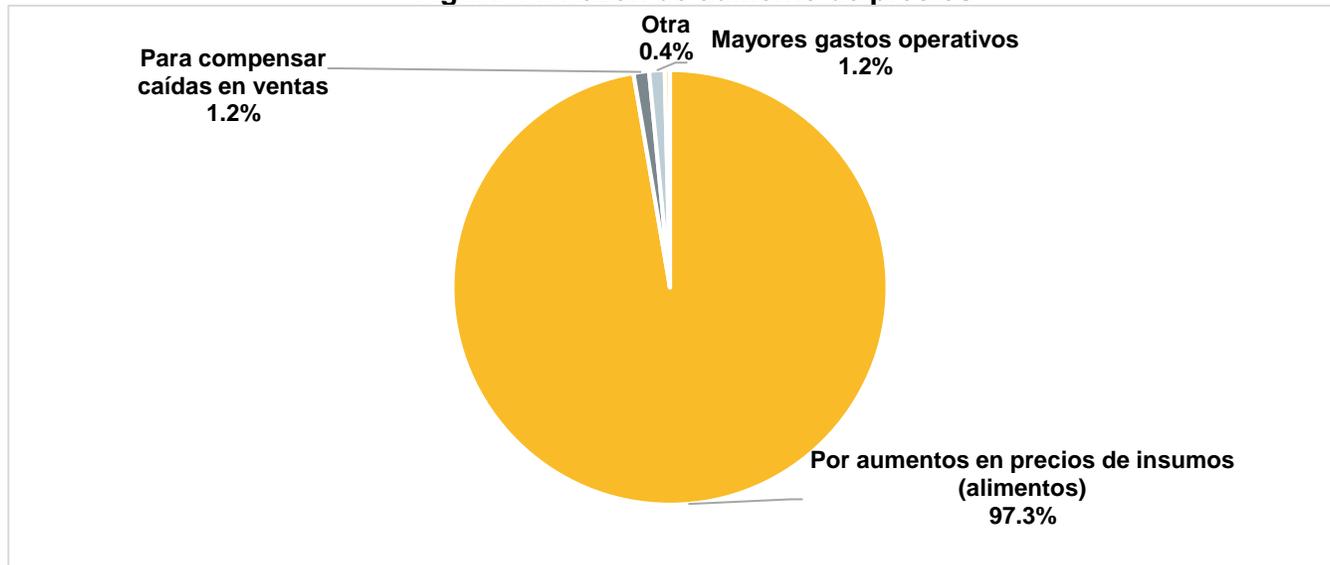
Figura 13. Aumento de precios ofrecidos en su establecimiento en los últimos 3 meses



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

De los que sí han aumentado los precios, la principal razón fue por el aumento en precios de insumos (alimentos) con el 97.3%, mientras que el 1.2% lo hizo para compensar la caída en las ventas. De igual forma, el 1.2% de los que aumentaron sus precios fue por mayores gastos operativos.

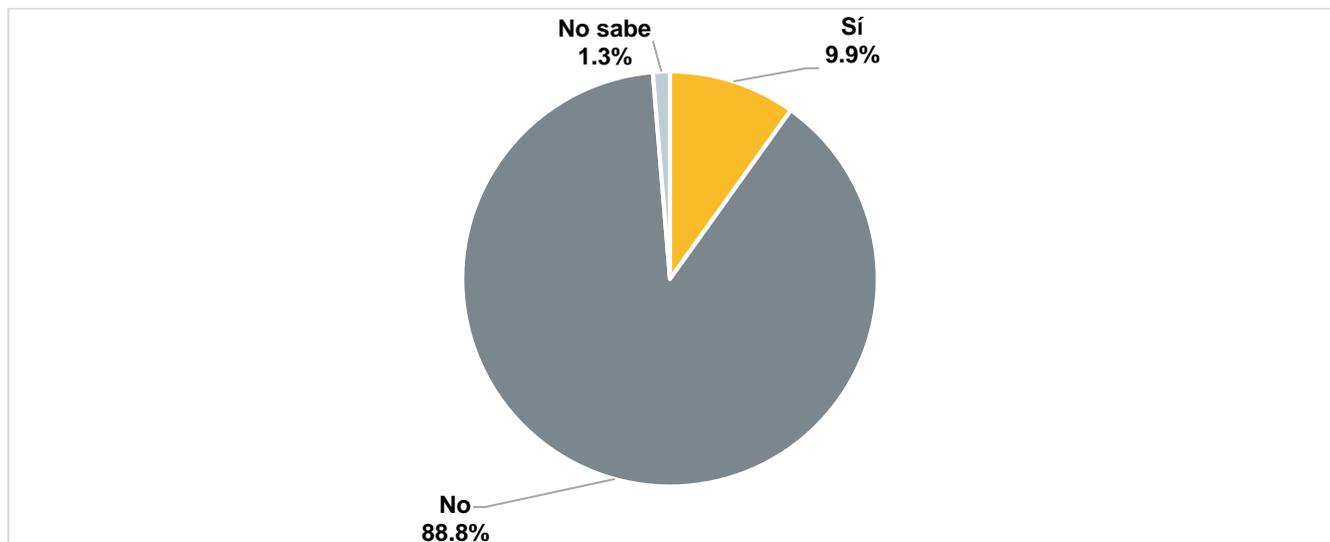
Figura 14. Razón de aumento de precios



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

De los 455 establecimientos encuestados, el 9.9% mencionó que sí se han visto afectados por la reforma a la Ley General para el Control del Tabaco por otro lado, el 88.8% no ha sufrido ninguna afectación derivada de la reforma.

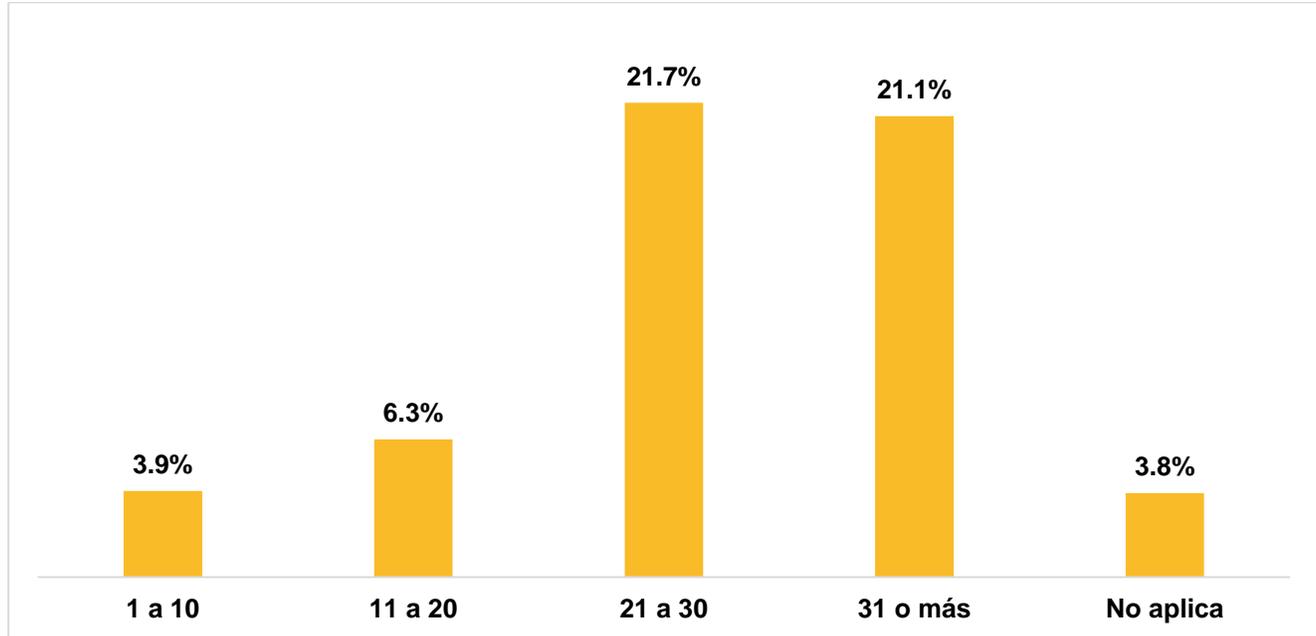
Figura 15. Afectación debido a la reforma a la Ley General para el Control del Tabaco de 2023



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

El grado de afectación es diferente dependiendo de la capacidad de los clientes sentados. En el caso de los restaurantes con capacidad de hasta 10 clientes sentados, el porcentaje que menciona una afectación debido a la reforma de la Ley General para el Control del Tabaco de 2023 fue de 3.9%, mientras que para los de 11 a 20 clientes sentados fue de 6.3%. El porcentaje de afectación es mayor a 20% para los restaurantes con capacidad mayor a 20 clientes sentados.

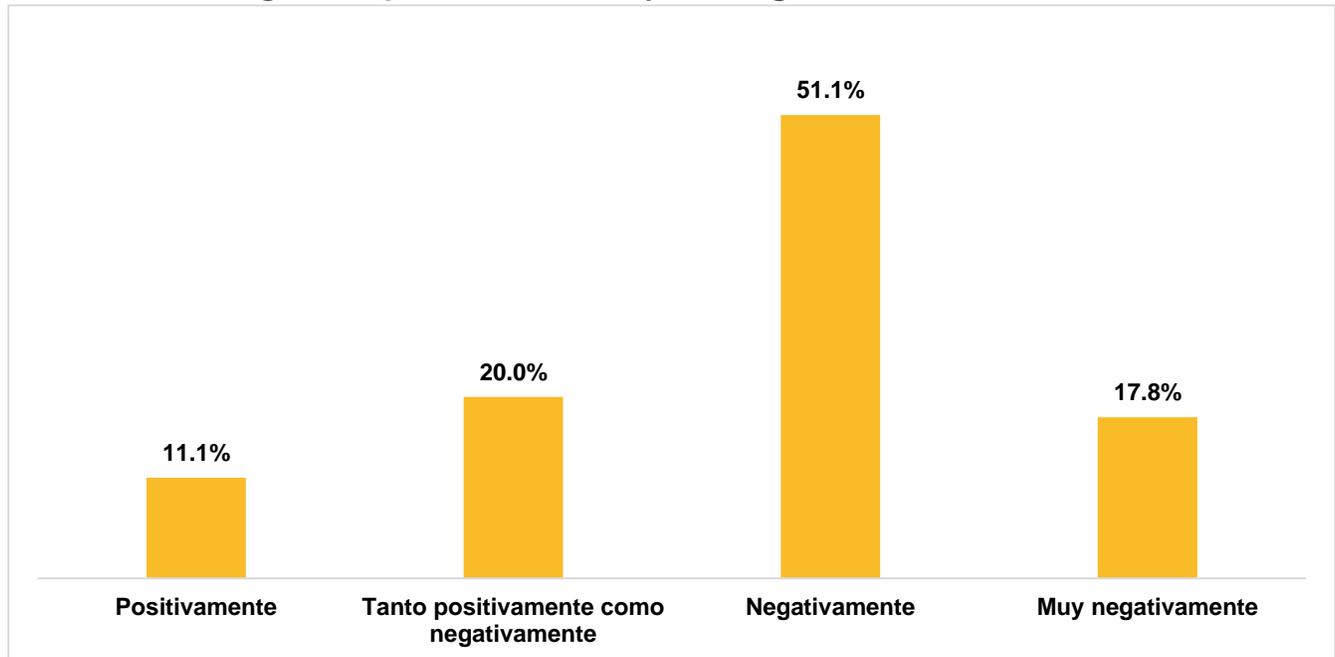
Figura 16. Afectación debido a la reforma a la Ley General para el Control del Tabaco de 2023 por capacidad de clientes sentados



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

De los negocios que se han visto afectados por la reforma a la Ley General para el control del Tabaco de 2023, el 68.9% considera que se ha visto afectado negativamente mientras que el 20.0% considera que sus afectaciones han sido tanto positivas como negativas y solamente el 11.1% considera que ha tenido afectaciones positivas.

Figura 17. ¿Cómo considera que su negocio se ha visto afectado?



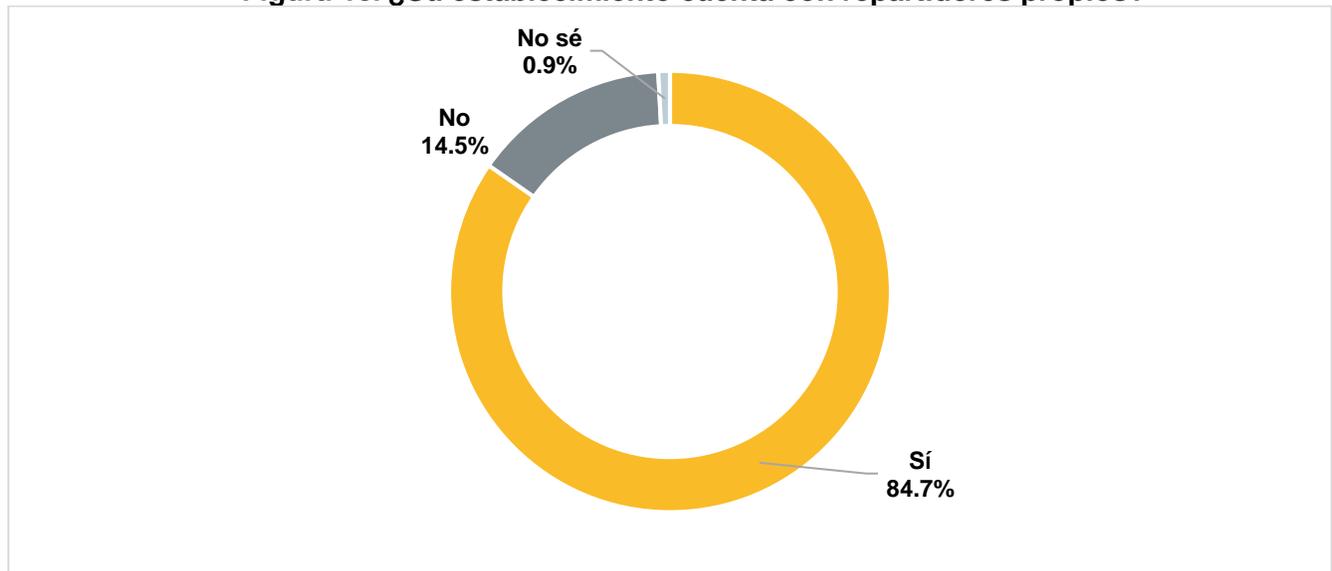
Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

2.2 Entrega 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 este levantamiento corresponde a 384 establecimientos, el 84.4% de los restaurantes encuestados.

El porcentaje de restaurantes con entrega a domicilio que indicaron que sí cuentan con repartidores propios fue de 84.7% en marzo de 2023. Este porcentaje es similar al observado en marzo de 2022 de 84.4% y mayor al marzo de 2021 de 81.8%.

Figura 18. ¿Su establecimiento cuenta con repartidores propios?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

Tabla 1. ¿Su establecimiento cuenta con repartidores propios?

Repartidores propios	Octubre 2020	Marzo 2021	Marzo 2022	Marzo 2023
Sí	73.3%	81.8%	84.4%	84.7%
No	25.8%	17.1%	15.6%	14.5%
No sé	0.9%	1.1%	0.0%	0.9%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

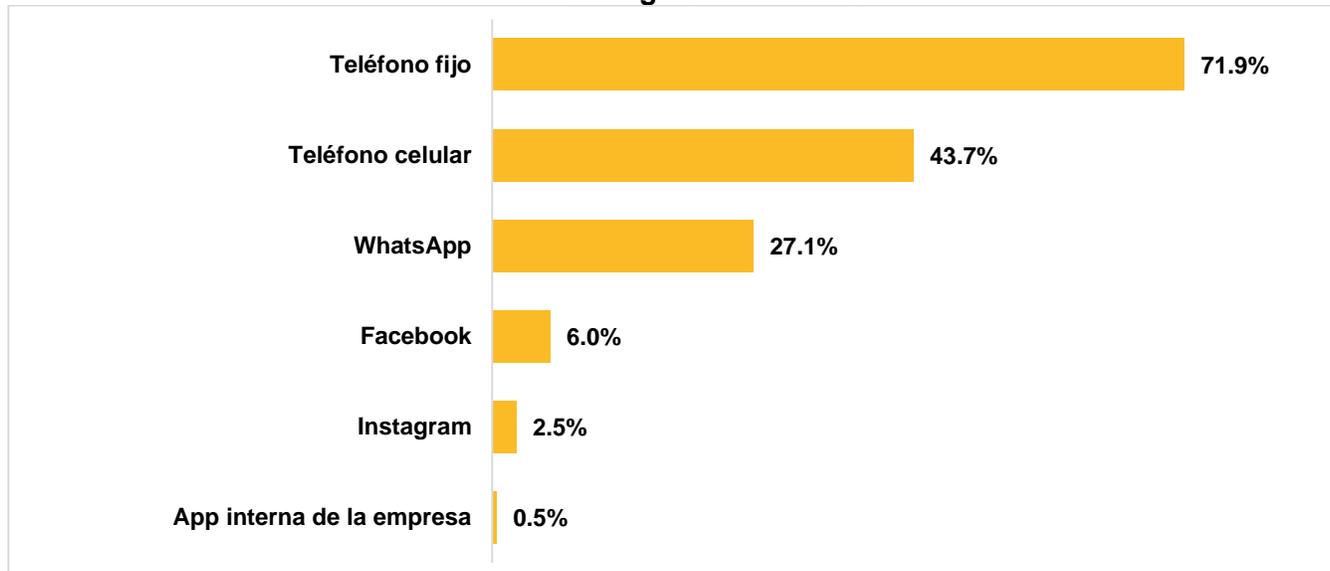
Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

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 fijo con un 71.9%, seguido del teléfono celular con 43.7%. El 27.1% se comunica con sus clientes por medio de WhatsApp.

El porcentaje de restaurantes que usa telefonía fija aumentó con respecto a la encuesta del año anterior, mientras que el resto de los medios de comunicación disminuyó.

Figura 19. ¿Qué medio(s) utiliza para comunicarse con sus clientes para realizar las entregas a domicilio?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

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

Tabla 2. ¿Qué medio(s) utiliza para comunicarse con sus clientes para realizar las entregas a domicilio?

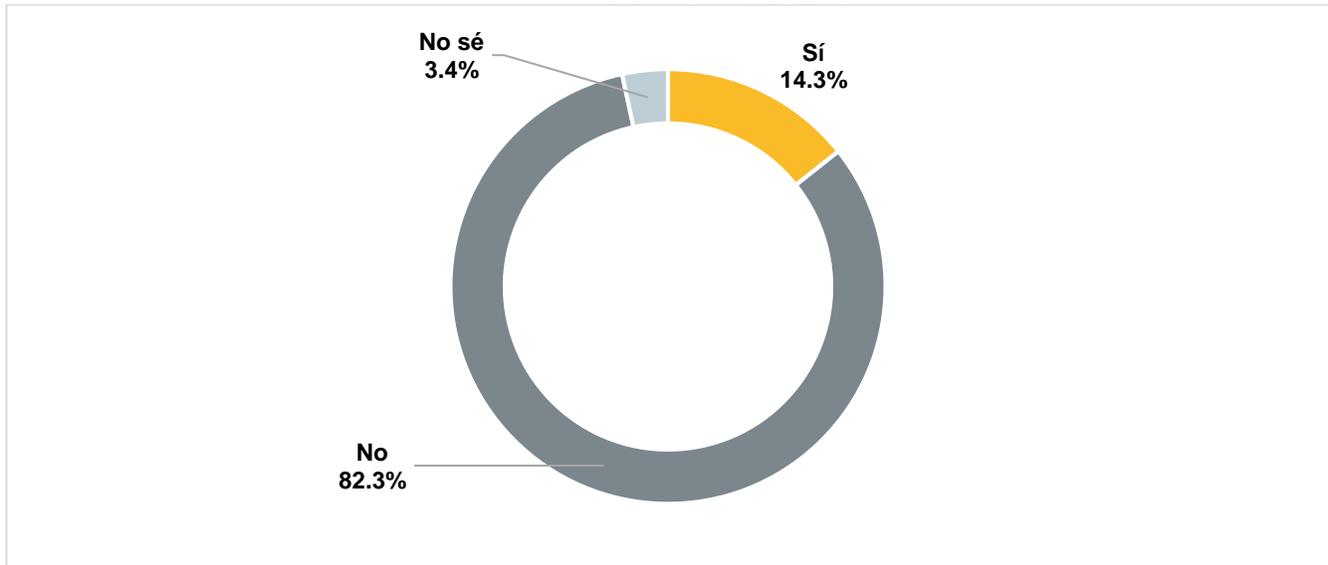
Medio	Octubre 2020	Marzo 2021	Marzo 2022	Marzo 2023
Teléfono fijo	61.5%	51.1%	58.3%	71.9%
Teléfono celular	59.8%	67.6%	57.3%	43.7%
WhatsApp	38.5%	36.4%	35.5%	27.1%
Facebook	21.3%	19.6%	18.5%	6.0%
Instagram	9.2%	7.1%	6.2%	2.5%
App interna de la empresa	1.3%	1.3%	0.5%	0.5%
Otro	0.4%	0.9%	0.0%	0.0%

Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

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 14.3% en marzo de 2023. Este porcentaje es similar al observado en marzo de 2022 de 14.6%, pero menor al de marzo de 2021 cuando 20.8% mencionaron que vendían por medio de aplicaciones.

Figura 20. ¿Su establecimiento vende por medio de aplicaciones digitales de entrega de comida a domicilio?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

Tabla 3. ¿Su establecimiento vende por medio de aplicaciones digitales de entrega de comida a domicilio?

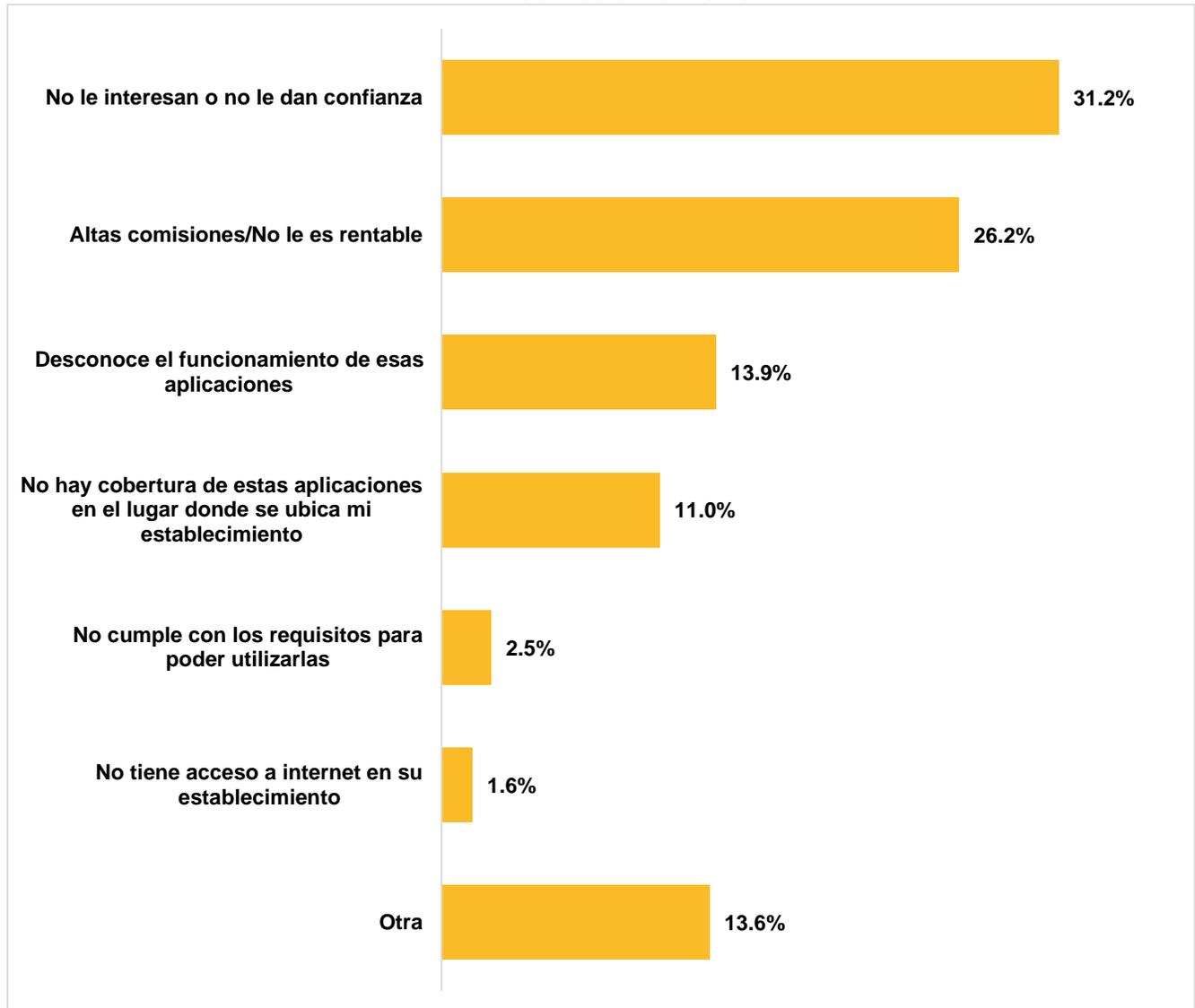
Vende por aplicaciones	Octubre 2020	Marzo 2021	Marzo 2022	Marzo 2023
Sí	22.9%	20.8%	14.6%	14.3%
No	76.5%	78.3%	83.5%	82.3%
No sé	0.6%	0.9%	1.8%	3.4%
Total	100.0%	100.0%	0.0%	0.0%

Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

La razón principal por la que los restaurantes no utilizan aplicaciones fue porque no les interesan o no les dan confianza con 31.2%, seguido de las altas comisiones o que no les es rentable con un 26.2%.

El 13.9% mencionó que no las utiliza porque desconoce el funcionamiento de éstas y un 11.0% porque no hay cobertura de estas aplicaciones en el lugar donde se ubica su establecimiento.

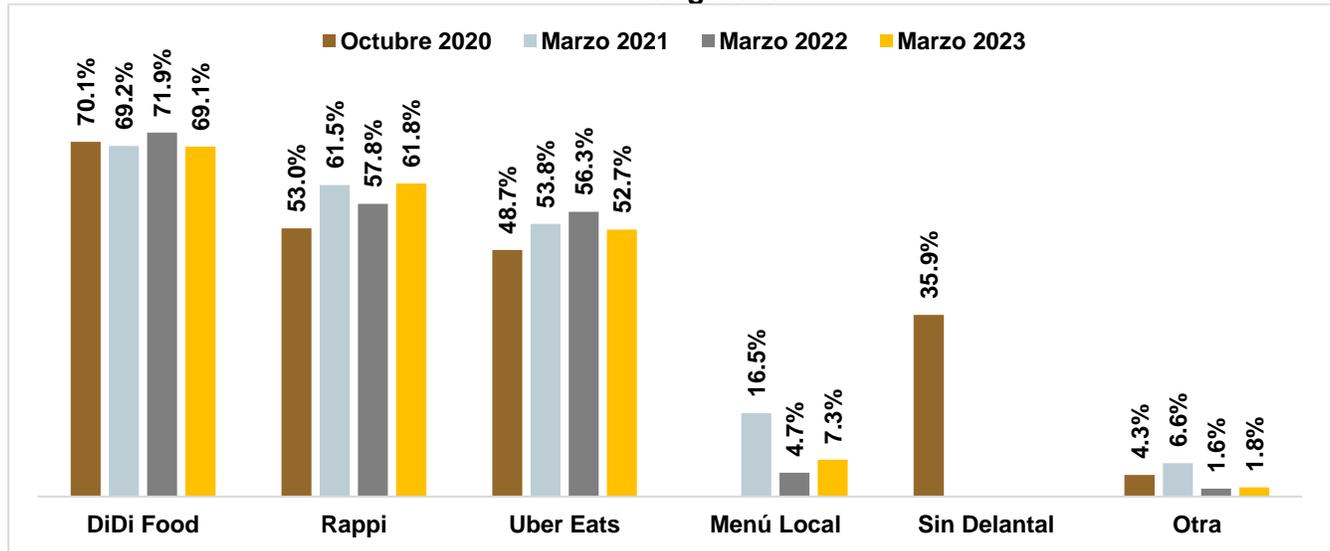
Figura 21. ¿Cuál es la razón principal por la que no utiliza aplicaciones de entregas de comida a domicilio?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

DiDi Food se mantiene como la aplicación más utilizada entre los establecimientos, con un 69.1% de participación, sin embargo, muestra una ligera disminución con respecto al 71.9% reportado en marzo de 2022. Rappi subió en 2023 respecto al año pasado y Uber Eats disminuyó.

Figura 22. ¿Qué aplicación (o aplicaciones) para vender comida a domicilio utiliza en su negocio?

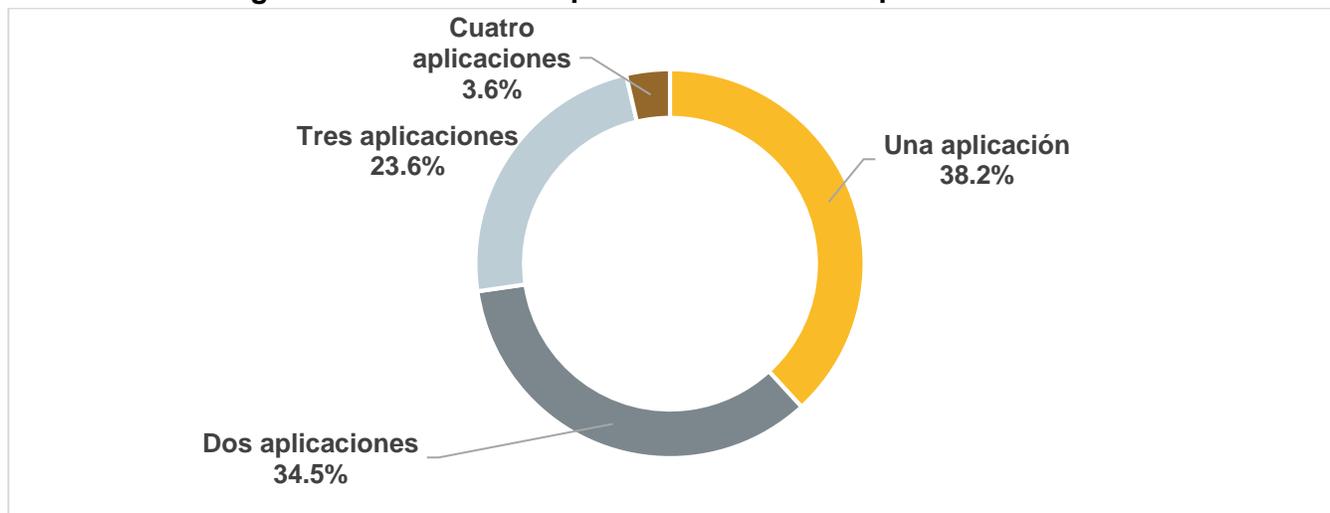


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

Nota: Los porcentajes no suman 100% debido a que es respuesta múltiple. Porcentajes calculados con respecto a los restaurantes que utilizan plataformas digitales.

El 38.2% de los encuestados respondió que utiliza solamente una aplicación, mientras que el 34.5% y el 23.6% utilizan dos y tres aplicaciones, respectivamente. Solo el 3.6% utiliza 4 aplicaciones.

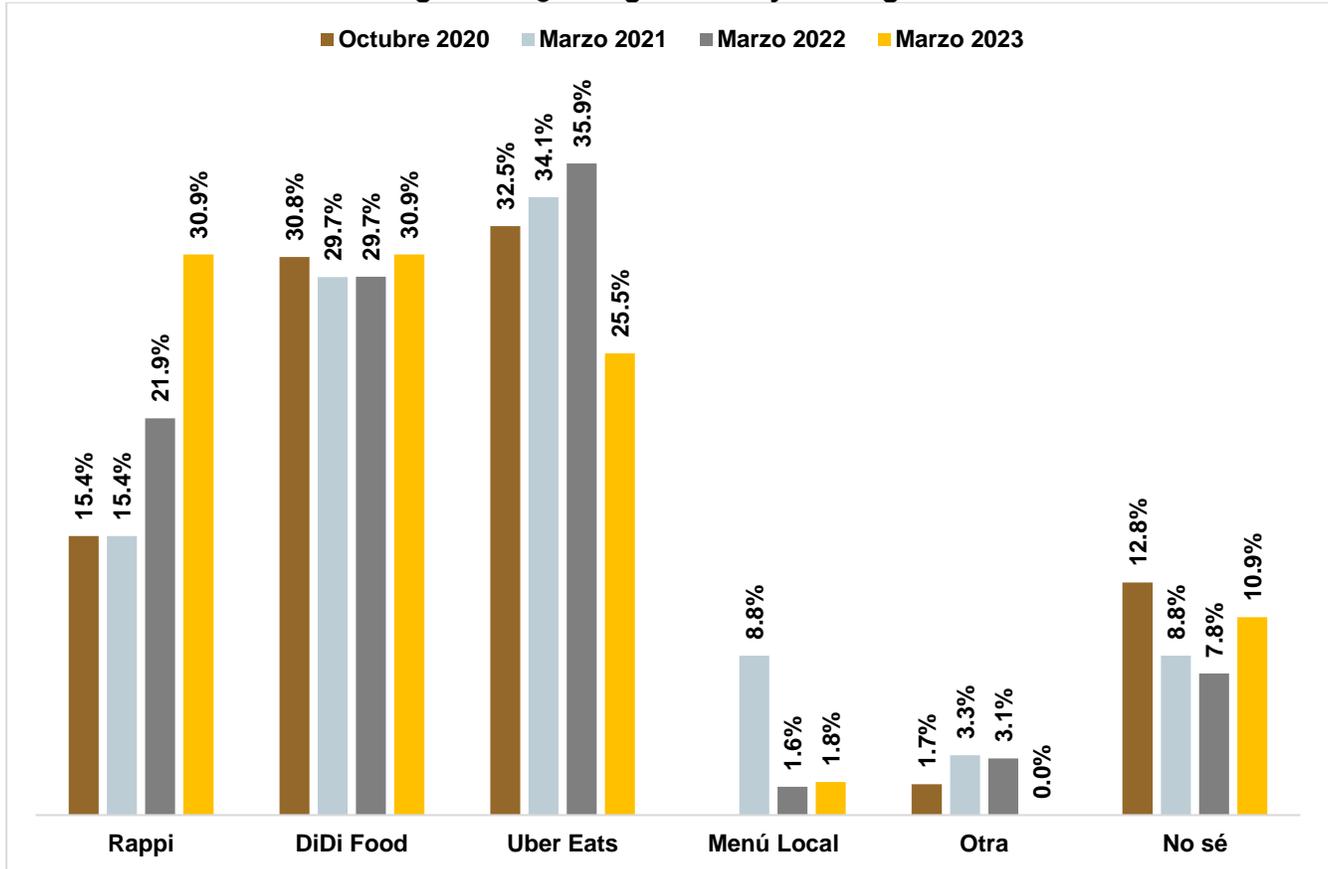
Figura 23. Cantidad de aplicaciones utilizadas por establecimiento.



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

Uber Eats deja de ser la aplicación que más ingresos genera, cayendo de 35.9% a 25.5% de las menciones. Mientras que Rappi y DiDi Food quedan empatadas en primer lugar con 30.9% de respuestas como las aplicaciones que generan mayores ingresos.

Figura 24. ¿Cuál genera mayores ingresos?

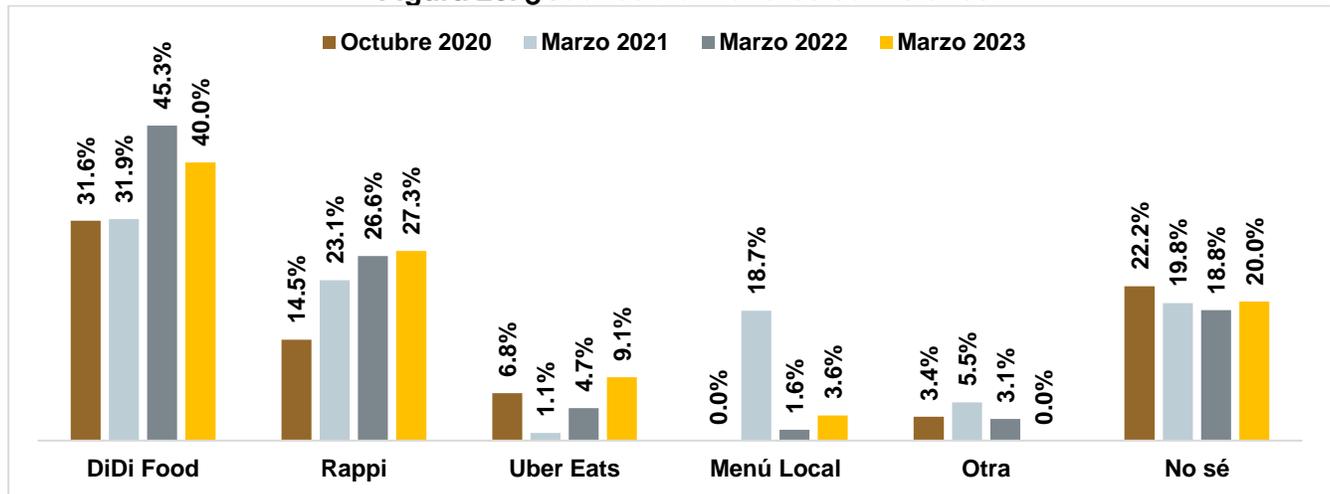


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

Nota: La suma de los porcentajes puede no sumar 100% debido al redondeo. Porcentajes calculados con respecto a los restaurantes que utilizan plataformas digitales.

DiDi Food se mantiene como la aplicación con la percepción de cobrar menores comisiones, con un 40.0% de las menciones, no obstante, muestra una reducción respecto a lo reportado en el estudio anterior de marzo 2022. Por su parte, Rappi se coloca como la segunda aplicación con la precepción del menor cobro de comisiones, con un 27.3% de las menciones. Cabe mencionar que 20.0% de los establecimientos encuestados no sabe cuál es la que cobra menos comisiones.

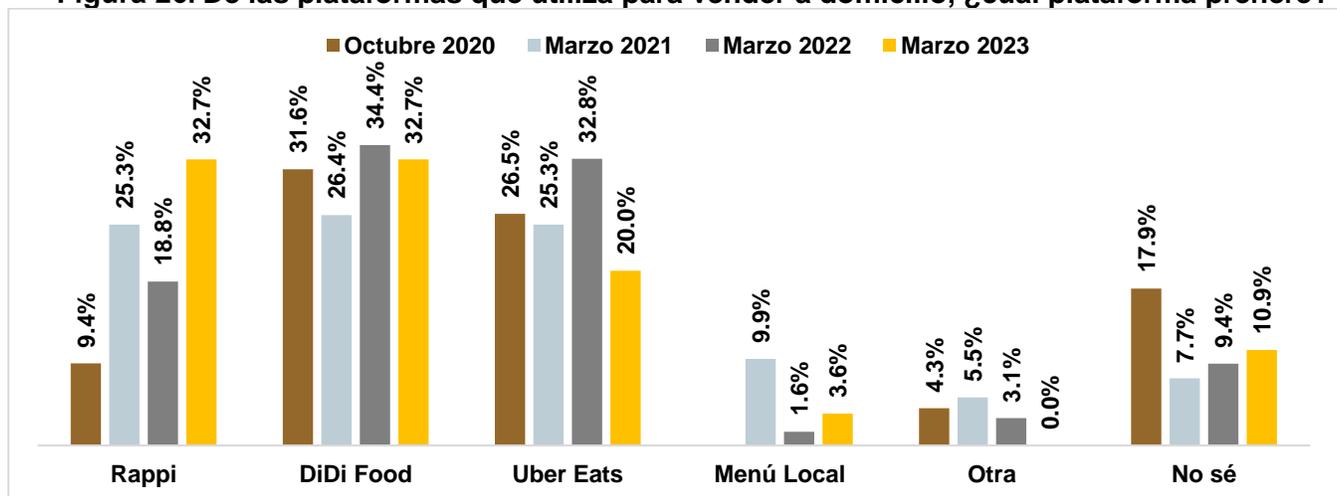
Figura 25. ¿Cuál cobra menores comisiones?



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

Rappi empata a DiDi Food como la aplicación favorita por los restaurantes con un 23.7% de las menciones cada una, fenómeno que se da principalmente debido a la caída de Uber Eats, la cual baja considerablemente de marzo de 2022 a marzo de 2023 de 32.8% a 20.0%.

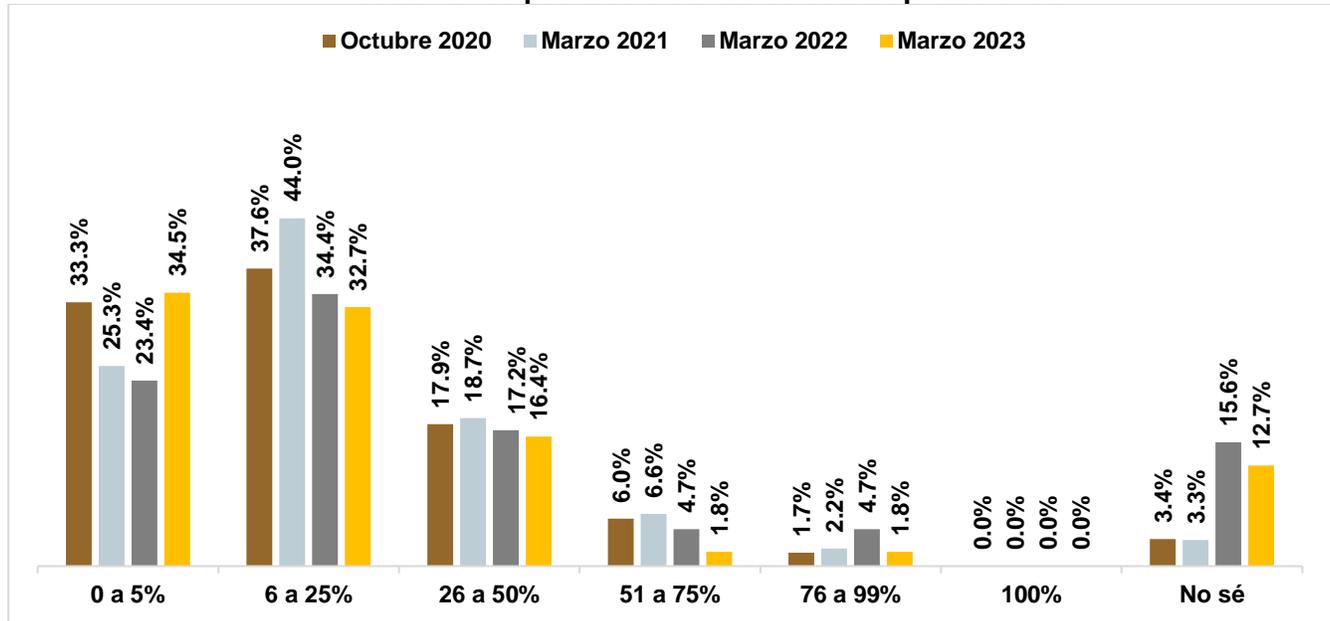
Figura 26. De las plataformas que utiliza para vender a domicilio, ¿cuál plataforma prefiere?



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 34.5% 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. El 32.7% de los restaurantes mencionó que los ingresos por medio de aplicaciones representaron entre el 6% y 25%. El 16.4% de los restaurantes mencionó que los ingresos por medio de aplicaciones representaron entre el 26% y 50%. Finalmente, alrededor del 3.6% de los restaurantes mencionó que los ingresos por medio de aplicaciones representaron más del 50% de sus ingresos.

Figura 27. Durante el último mes, ¿qué porcentaje de los ingresos del establecimiento se deben a los pedidos a través de estas aplicaciones?

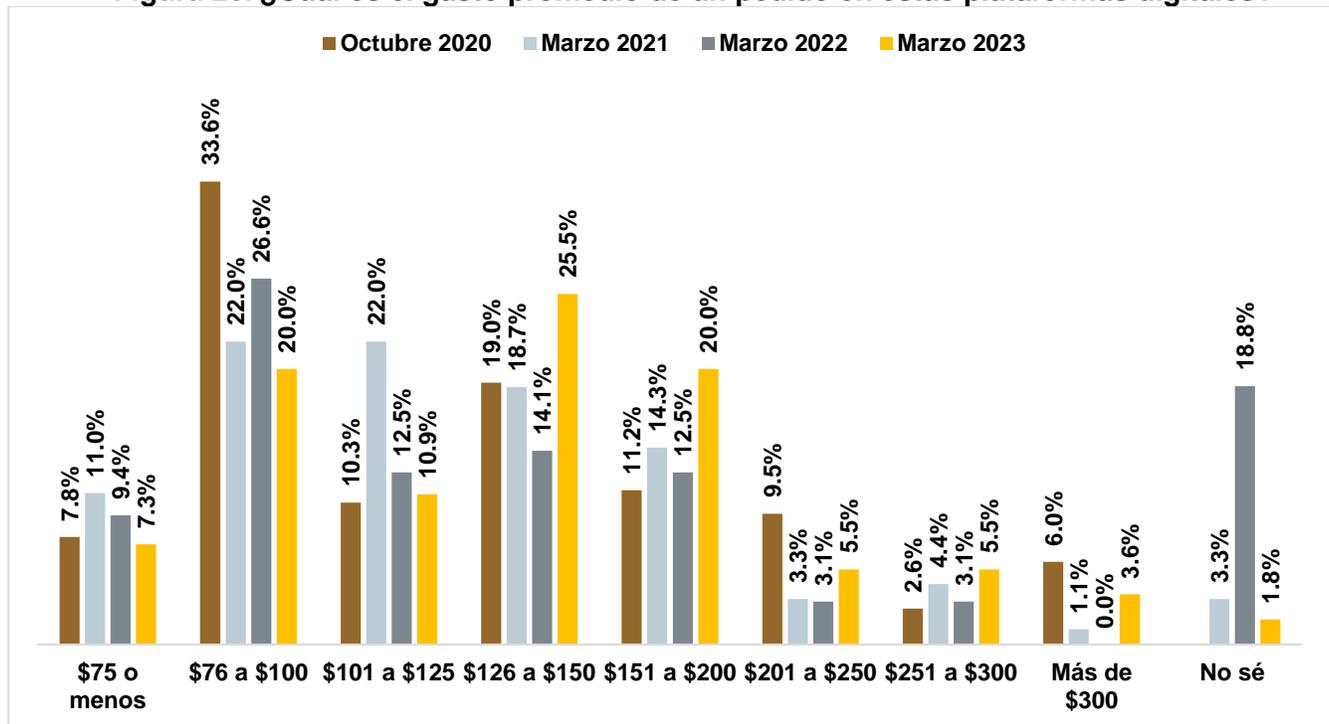


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.
 Nota: La suma de los porcentajes puede no sumar 100% debido al redondeo.

El 27.3% de los restaurantes dijeron tener pedidos promedio de \$100 o menos en marzo de 2022. En contraste, el 14.5% de los negocios respondieron tener pedidos en promedio de \$200 pesos o más por pedido.

El porcentaje de restaurantes que mencionó que su pedido promedio era de \$100 o menos disminuyó de 35.9% en marzo de 2022 a 27.3% en marzo de 2023. El porcentaje de restaurantes con pedidos promedio de entre \$100 a \$200 aumentó de 39.1% a 56.4% en el mismo periodo. Es importante mencionar que casi 20% de los restaurantes que venden por aplicaciones no dio una respuesta sobre el gasto promedio por pedido en marzo de 2022, lo que hizo que las otras opciones de respuesta disminuyeran en términos relativos ese año.

Figura 28. ¿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.

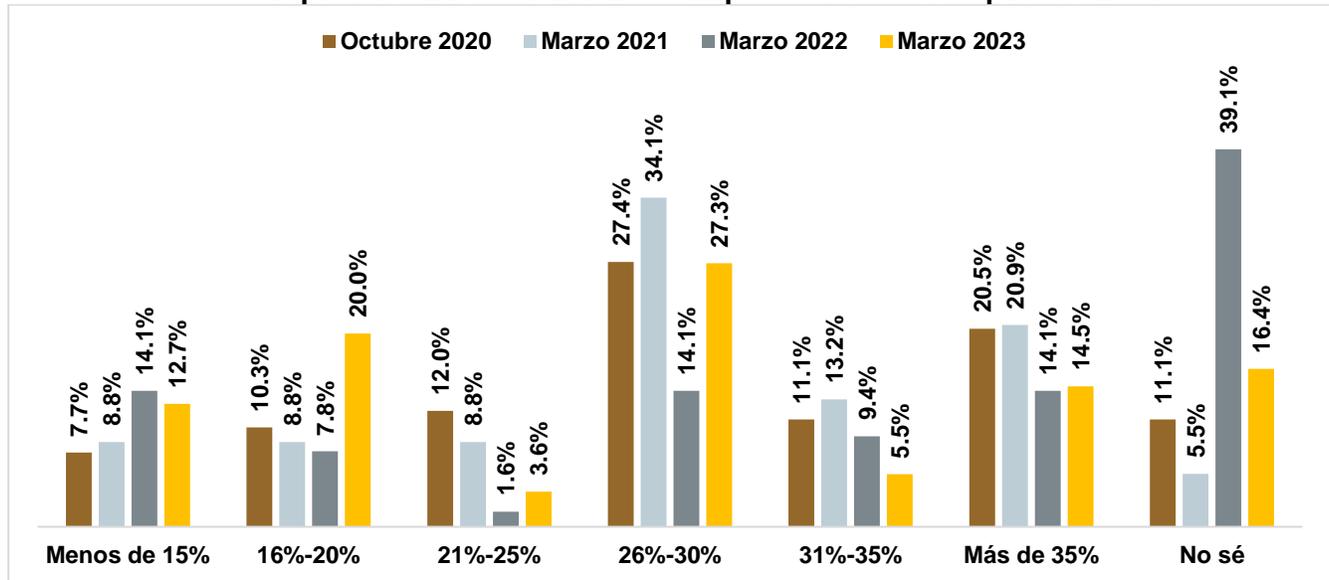
Tabla 4. ¿Cuál es el gasto promedio de un pedido en estas plataformas digitales? Comparativo

Gasto promedio	Octubre 2020	Marzo 2021	Marzo 2022	Marzo 2023
\$100 o menos	41.4%	33.0%	35.9%	27.3%
\$101 a \$200	40.5%	54.9%	39.1%	56.4%
Más de \$200	18.1%	8.8%	6.3%	14.5%
No sé	0.00%	3.3%	18.8%	1.8%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

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

Los establecimientos que mencionaron que los cobros de las aplicaciones (comisiones e impuestos) superan el 30% de las ventas disminuyeron de 23.4% en marzo de 2022 a 20.0% en marzo de este año. Sin embargo, es importante señalar que casi el 40% de los restaurantes que usan aplicaciones contestó que no sabía en marzo de 2022.

Figura 29. 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 5. Aproximadamente, ¿qué porcentaje de las ventas realizadas por estos medios representan las comisiones e impuestos de estas aplicaciones?

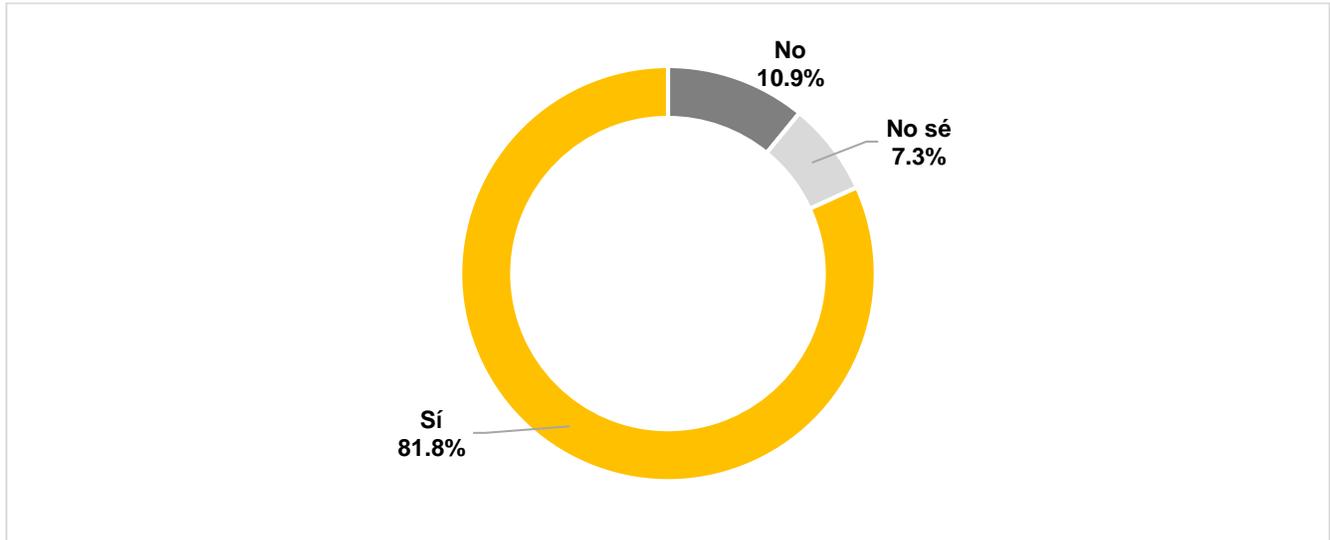
Opción	Octubre 2020	Marzo 2021	Marzo 2022	Marzo 2023
30% o menos	57.4%	60.4%	37.5%	63.6%
Más de 30%	31.6%	34.1%	23.4%	20.0%
No sé	11.1%	5.5%	39.1%	16.4%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

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

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

El 81.8% los encuestados respondió que los precios que ofrece en las aplicaciones son mayores a los que ofrece en su establecimiento.

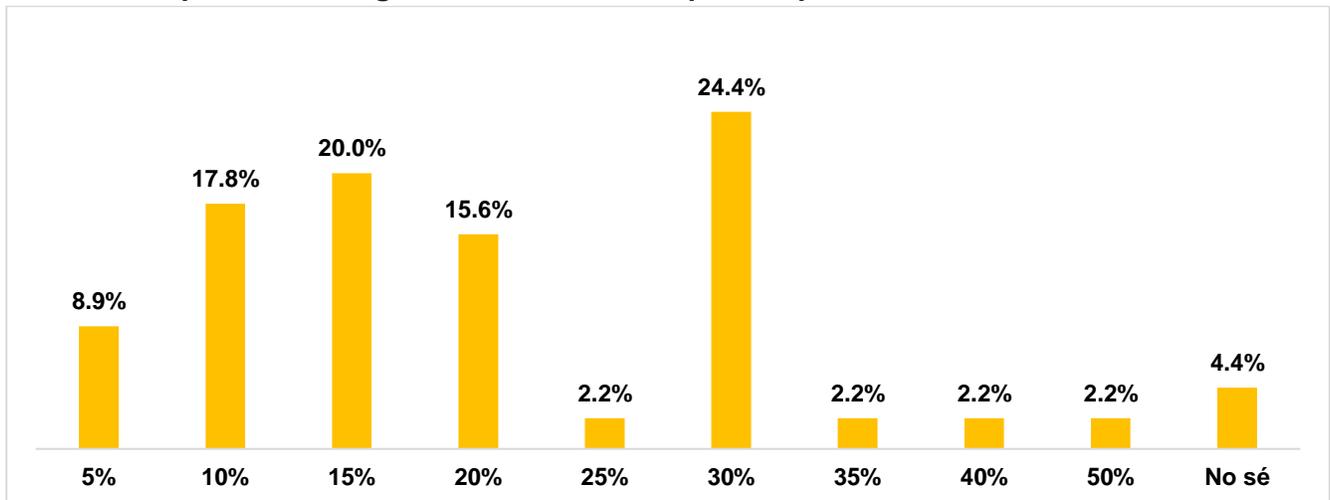
Figura 30. ¿Los precios de su menú en aplicaciones digitales son más altos que los que ofrece en su establecimiento?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

De los restaurantes que mencionaron que el precio que ofrecen en las aplicaciones es superior al que ofrecen en su establecimiento, el 24.4% respondió que es aproximadamente 30% más alto. Solo el 6.7% de restaurantes dijo tener precios más altos en un porcentaje superior a 30% en aplicaciones.

Figura 31. Aproximadamente ¿qué en qué porcentaje los precios de su menú en aplicaciones digitales son más altos que los que ofrece en su establecimiento?

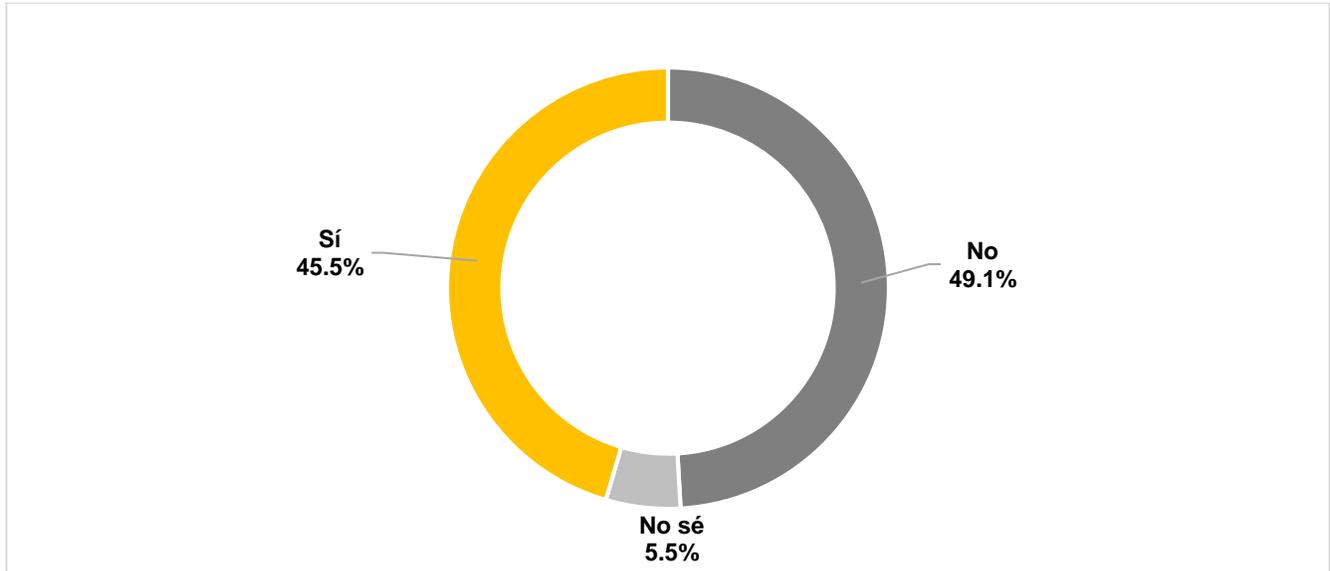


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

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

El 45.5% de los restaurantes respondieron haber aumentado los precios ofrecidos en las aplicaciones en los últimos tres meses.

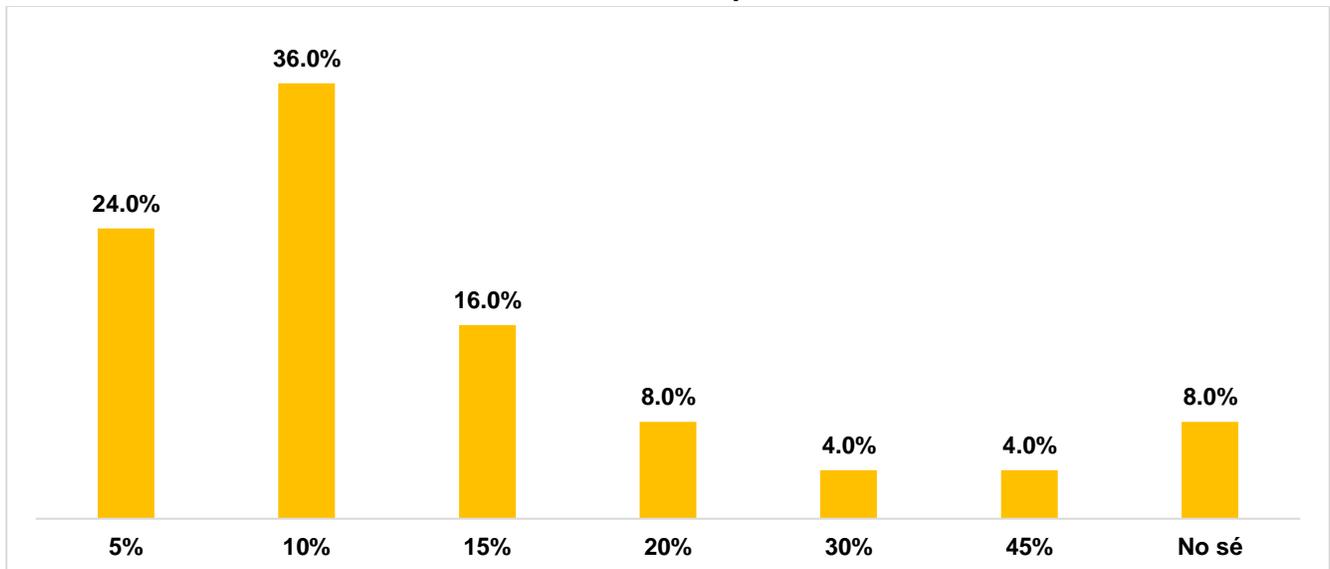
Figura 32. ¿Ha aumentado los precios ofrecidos en el menú de la aplicación en los últimos 3 meses?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

Del total de restaurantes que reportaron haber aumentado los precios en el menú de la aplicación durante los últimos tres meses, el 36.0% respondió que este aumento fue aproximadamente de 10%.

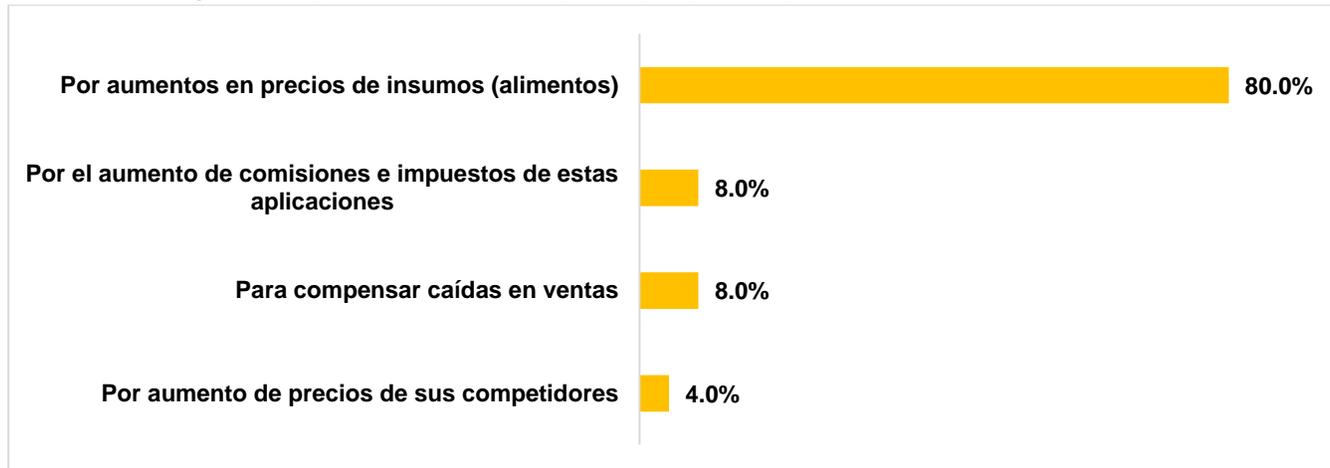
Figura 33. Aproximadamente ¿en qué porcentaje ha aumentado los precios ofrecidos en el menú de la aplicación?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

La principal razón por la cual los establecimientos elevaron sus precios en los últimos tres meses es por el aumento en los precios de los insumos (alimentos), con 80.0% de las respuestas de quienes contestaron que aumentaron sus precios en el menú de aplicaciones.

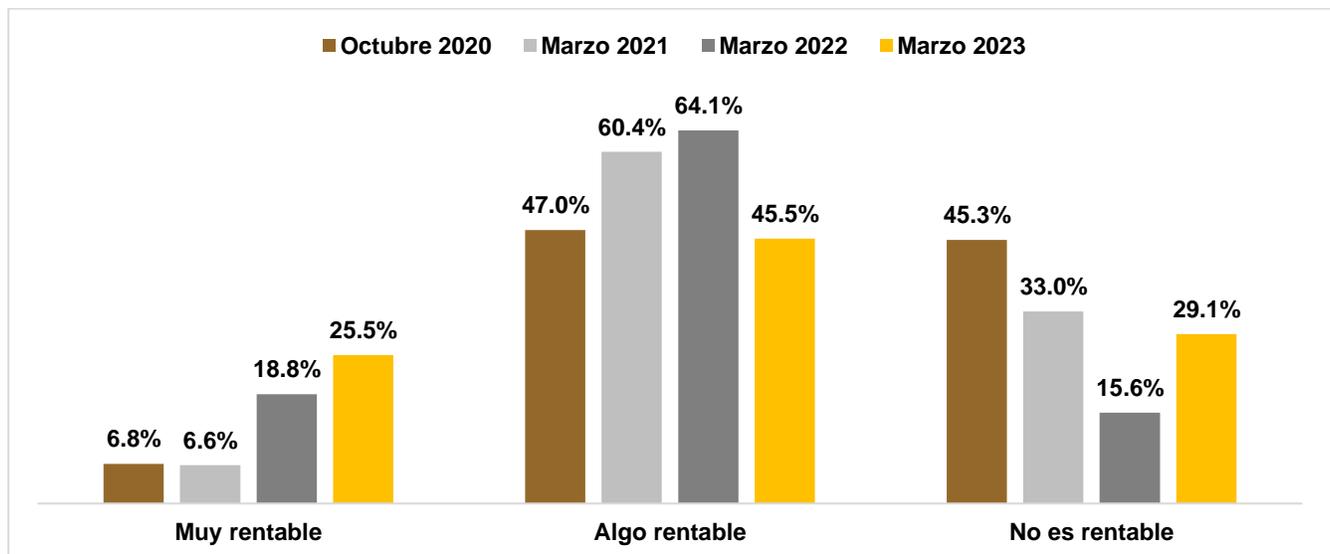
Figura 34. ¿Cuál es la razón principal por la que ha aumentado sus precios?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

El 29.1% de los negocios mencionaron que no les era rentable el uso de estas plataformas en marzo de 2023, un aumento considerable con respecto a marzo de 2022 cuyo porcentaje fue de 15.6%. En marzo de 2023 el 25.5% mencionó que la venta a través de aplicación es muy rentable, mientras que el 45.5% refirió que es algo rentable.

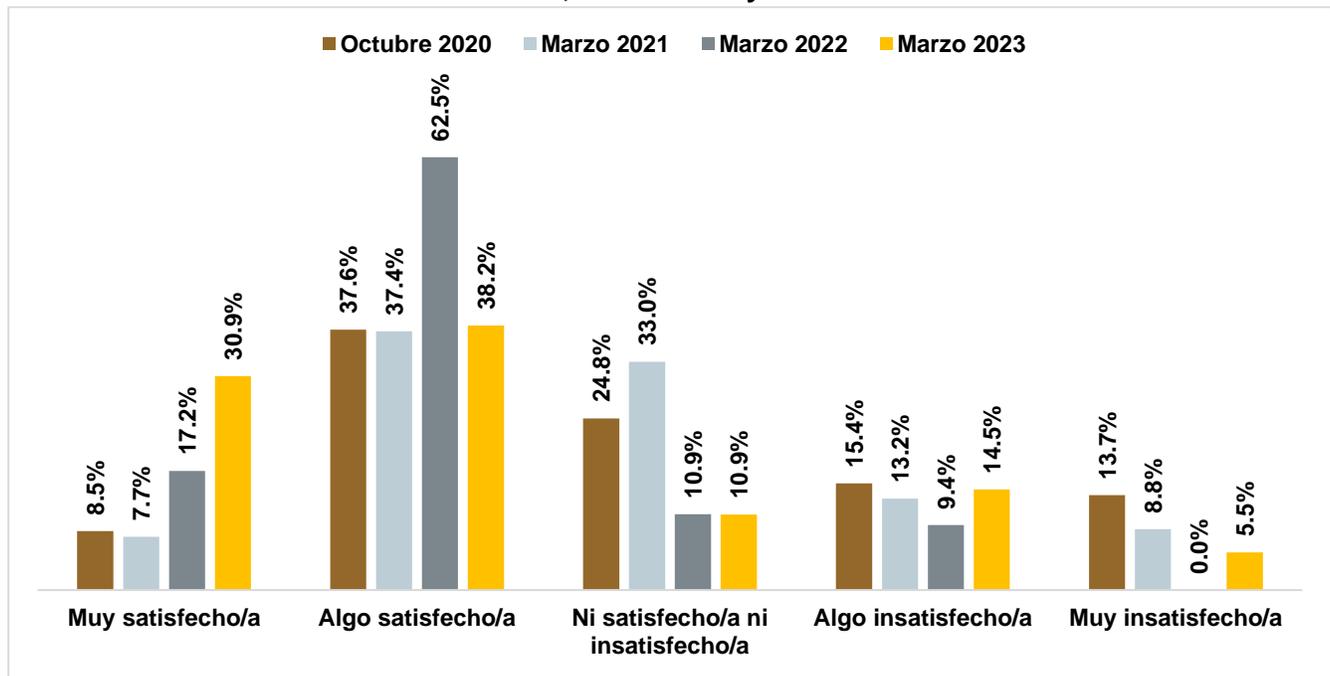
Figura 35. ¿Qué tan rentable considera que le es vender a través de aplicaciones para pedir comida a domicilio?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

De marzo de 2022 a marzo de 2023, la proporción de restaurantes que dijeron estar muy satisfechos con las aplicaciones de entregas de comida a domicilio aumentó de 17.2% a 30.9%. El porcentaje que menciona estar algo satisfecho tuvo una caída al pasar de 62.5% a 38.2% en este periodo, este porcentaje se ubicó en 37.4% para marzo de 2021. Por otro lado, aumentó el porcentaje de restaurantes que mencionaron tener algún nivel de insatisfacción, pasando de 9.4% en marzo de 2022 a 20.0% en marzo de 2023, no obstante, este porcentaje aún se encuentra por debajo del 22.0% alcanzado en marzo de 2021.

Figura 36. En general, ¿qué tan satisfecho/a se siente respecto a los servicios proveídos por las aplicaciones para realizar entregas de comida a domicilio? Octubre 2020, marzo 2021, marzo 2022 y marzo 2023.

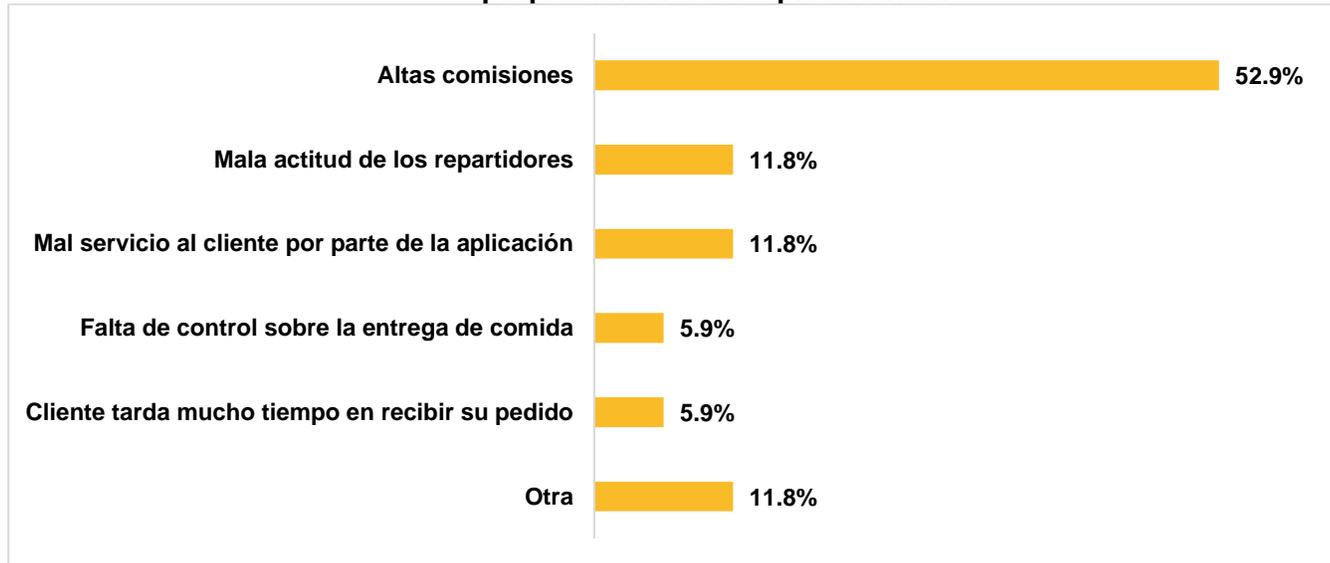


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

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

La principal razón por la cual los establecimientos no están satisfechos con las aplicaciones son sus altas comisiones, con 52.9% de las respuestas de quienes contestaron que no están satisfechos con el servicio que proporcionan.

Figura 37. ¿Cuál es la principal razón por la que no está satisfecho con el servicio que proporcionan estas aplicaciones?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

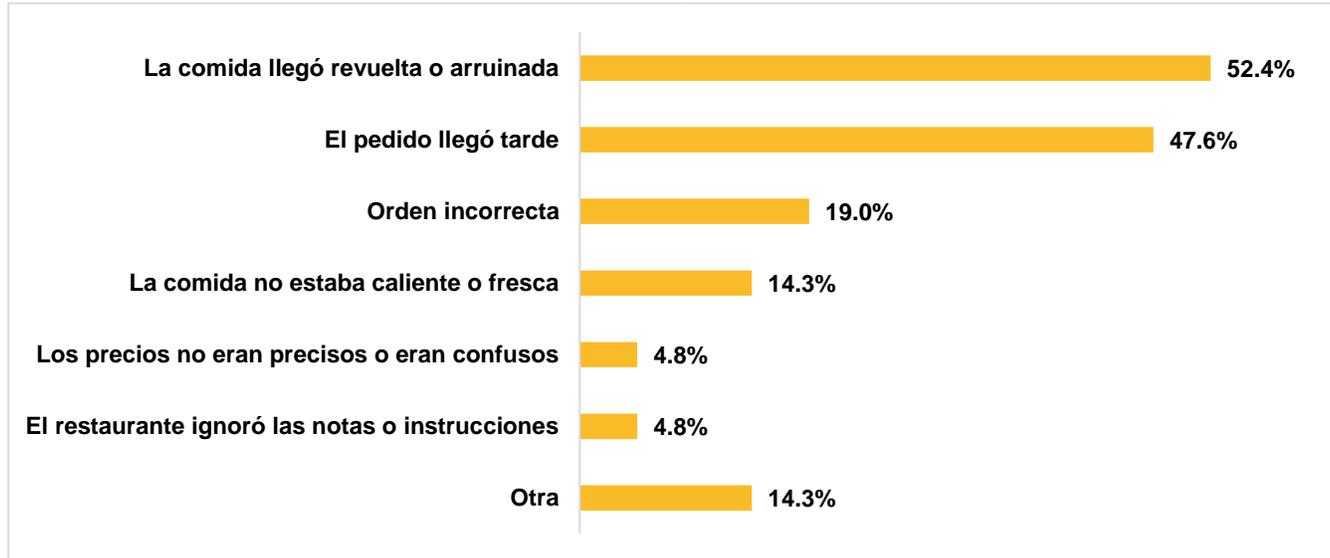
Tabla 6. ¿Cuál es la principal razón por la que no está satisfecho con el servicio que proporcionan estas aplicaciones?

Razón	Octubre 2020	Marzo 2021	Marzo 2022	Marzo 2023
Altas comisiones	77.8%	72.0%	69.2%	52.9%
Mala actitud de los repartidores	0.0%	0.0%	0.0%	11.8%
Mal servicio al cliente por parte de la aplicación	3.2%	0.0%	7.7%	11.8%
Falta de control sobre la entrega de comida	6.3%	8.0%	15.4%	5.9%
Cliente tarda mucho tiempo en recibir su pedido	1.6%	2.0%	0.0%	5.9%
Pedidos incorrectos	1.6%	2.0%	0.0%	0.0%
Otra	9.5%	16.0%	7.7%	11.8%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

El 38.2% de los restaurantes que usan aplicaciones recibieron alguna queja de los clientes. La principal queja que reciben es que la comida llegó revuelta o arruinada, con 52.4% de las menciones, seguida de que el pedido llegó tarde con 47.6% y que la orden no fue correcta con 19.0%.

Figura 38. ¿Cuáles son las quejas que comúnmente recibe de los clientes por el uso de estas aplicaciones?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

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

Tabla 7. ¿Cuáles son las quejas que comúnmente recibe de los clientes por el uso de estas aplicaciones?

Quejas	Octubre 2020	Marzo 2021	Marzo 2022	Marzo 2023
La comida llegó revuelta o arruinada	24.8%	66.7%	36.8%	52.4%
El pedido llegó tarde	41.0%	54.5%	63.2%	47.6%
Orden incorrecta	10.3%	18.2%	31.6%	19.0%
La comida no estaba caliente o fresca	15.4%	33.3%	15.8%	14.3%
Otro	7.7%	6.1%	5.3%	14.3%
El restaurante ignoró las notas o instrucciones	2.6%	6.1%	0.0%	4.8%
Los precios no eran precisos o eran confusos	0.0%	6.1%	5.3%	4.8%
Pedidos incompletos	0.0%	3.0%	5.3%	0.0%
Poca comida	0.0%	3.0%	0.0%	0.0%

Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, marzo 2023.

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

3 Conclusiones

Los resultados de la encuesta a restaurantes levantada en marzo de 2023 arrojan conclusiones importantes, algunas de las cuales se presentan a continuación.

La primera conclusión importante es que los restaurantes se han visto en la necesidad de subir sus precios debido al aumento en los precios de los insumos (alimentos), fenómeno que también se encontró en la encuesta del año anterior, pero con una mayor proporción en la encuesta más reciente. El 57.1% de los restaurantes encuestados mencionó que sí ha aumentado los precios ofrecidos en su establecimiento en los últimos 3 meses, de éstos, el 97.3% señala que este incremento se debe al incremento en los precios de los insumos. El año pasado, el 43.4% de los restaurantes encuestados mencionó que sí había subido los precios en 3 meses previos, y de éstos, el 94.8% señaló como causa al incremento en los precios de los insumos.

Una segunda conclusión es que el uso de repartidores propios ha aumentado, en detrimento del uso de las aplicaciones digitales de entrega de comida. Entrega a domicilio es un servicio que ofrecen el 51.6% de los restaurantes, de los cuáles el 84.7% cuenta con repartidores propios. Este porcentaje es mayor al observado en los levantamientos previos, de 84.7% en marzo de 2022, de 81.8% en marzo de 2021 y de 73.3% en octubre de 2020. Con relación al uso de aplicaciones digitales, el porcentaje de restaurantes con entrega a domicilio o servicio de orden y recoja que indicaron que venden por estos medios fue de 14.3% en marzo de 2023, porcentaje menor al observado en marzo de 2022 de 14.6%, al octubre de 2020 de 22.9%, y al de marzo de 2021 de 20.8%.

En tercer lugar, la mayoría de los restaurantes que usan aplicaciones digitales tienen precios más altos a los que ofrece en el establecimiento, pues el 81.8% de los encuestados respondió que los precios que ofrece en las aplicaciones son mayores. De éstos, el 24.4% señaló que aproximadamente el precio es 30% más alto, lo que sugiere que los restaurantes trasladan el costo de las comisiones al consumidor final.

Finalmente, solo el 9.9% de los restaurantes mencionó que sí se han visto afectados por la reforma a la Ley General para el Control del Tabaco, la cual impide fumar dentro del establecimiento a menos que en las zonas libres de tabaco no ofrezcan servicios. De este casi 10%, el 11.1% mencionó que la afectación es incluso positiva, mientras que 20.0% es tanto positiva como negativa, y para el 68.9% es negativa. Por otro lado, el grado de afectación depende de la capacidad de clientes sentados en el restaurante, pues en aquellos con capacidad de más de 20 clientes sentados, el porcentaje de afectación es superior al 20%.

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.

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.

1. 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 a noviembre de 2022, 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 429 encuestas completas a restaurantes, lo que representa el 94.3% del total de la muestra.
2. 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 26 restaurantes, esto es, 5.7% 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 para llevar
- 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 429 restaurantes encuestados, que arroja un margen de error de 4.71% y un nivel de confianza del 95% considerando un universo de 41,088 establecimientos de las clasificaciones SCIAN mencionadas anteriormente.

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 26 encuestas con los correos enviados por el IIEG.

Por lo tanto, en total, se levantaron 455 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

A6. Periodo de levantamiento

El periodo de levantamiento fue del 6 al 16 de marzo de 2023.

A7. Cuestionario

Encuesta a Restaurantes

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.

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. ¿Cuántos años lleva su negocio abierto?
- Lista despegable
8. ¿Se encuentra afiliado a la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC)?
- Sí
 - No
 - No sé
9. ¿Su establecimiento forma parte de una franquicia?
- Sí
 - No
 - No sé
10. ¿Su establecimiento se encuentra dentro de un hotel o resort turístico?
- Sí
 - No
 - No sé
11. 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)
 - Venta de bebidas alcohólicas
 - Ninguna
12. ¿Cuál es la capacidad del establecimiento (clientes sentados)?
- 1 a 10
 - 11 a 20
 - 21 a 30
 - 31 o más
 - No aplica
13. ¿Ha aumentado los precios ofrecidos en su establecimiento en los últimos 3 meses?
- Sí
 - No (pase a la pregunta 15)
 - No sé (pase a la pregunta 15)
14. ¿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)

15. ¿Considera que su negocio se ha visto afectado por la reforma a la Ley General para el Control del Tabaco de 2023 (ley antitabaco)?

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

16. ¿Cómo considera que su negocio se ha visto afectado?

- Muy positivamente
- Positivamente
- Negativamente
- Muy negativamente
- Tanto positivamente como negativamente

Para los que no eligieron contestaron “Entrega a domicilio” u “Ordena y recoja (el cliente pasa por su alimento al establecimiento)” en la 11, finaliza la encuesta,

Entrega de comida a domicilio

17. ¿Su establecimiento cuenta con repartidores propios? (se pregunta solo si en la 11 contestaron “Entrega a domicilio”)

- Sí
- No (pase a la pregunta 19)
- No sé (pase a la pregunta 19)

18. ¿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)

19. ¿Su establecimiento vende por medio de aplicaciones digitales de entrega de comida a domicilio? (se pregunta solo si en la 11 contestaron “Entrega a domicilio” u “Ordena y recoja (el cliente pasa por su alimento al establecimiento)”))

- Sí (pase a la pregunta 21)
- No
- No sé (fin de la encuesta)

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

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

21. ¿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)

22. 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?

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

- Lista despegable

24. ¿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

25. 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

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

- Sí
- No (pase a la pregunta 28)
- No sé (pase a la pregunta 28)

27. Aproximadamente ¿qué porcentaje?

- Lista despegable

28. ¿Ha aumentado los precios ofrecidos en el menú de las aplicaciones en los últimos 3 meses?

- Sí
- No (pase a la pregunta 31)
- No sé (pase a la pregunta 31)

29. Aproximadamente ¿qué porcentaje?

30. ¿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 aumentos en precios de insumos (alimentos)
- Por el aumento de comisiones e impuestos de estas aplicaciones
- Por aumento de precios de sus competidores
- Otra (Por favor especifique)

31. ¿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

32. 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 34)
- Algo satisfecho/a (pase a la pregunta 34)
- Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a
- Algo insatisfecho/a
- Muy insatisfecho/a

33. ¿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)

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

- Sí
- No (fin de la encuesta)
- No sé (fin de la encuesta)

35. ¿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)

Fin de la encuesta

www.ieg.gob.mx



IIEG Jalisco

Calzada de los Pirules 71 Col. Ciudad Granja.
C.P. 45010, Zapopan, Jalisco, México.

 contacto@ieg.gob.mx

 33377-71770



IIEG
Instituto de Información
Estadística y Geográfica
de Jalisco

