



IIEG

Instituto de Información
Estadística y Geográfica
de Jalisco



Encuesta a **restaurantes**

2024

Fecha de publicación: **27 de junio de 2024**

Elaborado por la Dirección de Información Estadística Económica y Financiera



Jalisco
GOBIERNO DEL ESTADO

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	15
3 Conclusiones	31
Anexo. Nota metodología.....	32
A1. Diseño conceptual de la encuesta.....	32
A2. Unidad de observación	32
A3. Cobertura geográfica	33
A4. Muestra.....	33
A5. Cobertura temática.....	33
A6. Periodo de levantamiento.....	33
A7. Cuestionario.....	34

Resumen ejecutivo

La quinta encuesta a restaurantes se elaboró con base en una muestra efectiva de 478 establecimientos del sector restaurantero de Jalisco levantada del 2 al 17 de mayo de 2024, 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, marzo de 2022 y marzo de 2023. Los principales resultados en mayo de 2024 son los siguientes.

En mayo de 2024, en el 45.8% de los restaurantes encuestados el dueño o socio principal es mujer mientras que, en la encuesta de marzo de 2022, en el 51.0% de los restaurantes encuestados las mujeres eran las dueñas o socias principales.

El 33.7% de los establecimientos tiene capacidad para atender de 1 a 10 clientes sentados en el lugar, mientras que el 31.6% tiene capacidad de 11 a 20 clientes. El 14.2% tiene capacidad para 21 a 30 personas sentadas. Finalmente, el 13.2% mencionó que tiene capacidad para 31 o más personas.

Por otro lado, el 24.3% mencionó que han aumentado los precios ofrecidos en su establecimiento en los últimos 3 meses, porcentaje menor al 57.1% reportado en la encuesta de marzo de 2023. De los que sí han aumentado los precios, la principal razón fue por el aumento en precios de insumos (alimentos) con el 95.7%, mientras que el 4.3% lo hizo para compensar 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 77.2%. Entrega a domicilio es un servicio que ofrecen el 43.5% de los restaurantes encuestados. Cabe señalar que, en la encuesta del año pasado, el 81.8% de los restaurantes mencionaron contar con servicio de ordena y recoja, mientras que el 51.6% contaban con servicio de entrega a domicilio. En mayo de 2024, el 80.3% de los restaurantes contaba 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 85.1% en mayo de 2024. Este porcentaje es similar al observado en marzo de 2023 de 84.7% y al de marzo de 2022 de 84.4%.

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 9.6% en mayo de 2024. Este porcentaje es inferior al observado en marzo de 2023 de 14.30%. En marzo de 2021 el 20.8% había mencionado que vendía 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 40.9%, seguido de las altas comisiones o que no les es rentable con un 23.2%. El 13.8% mencionó que no las utiliza porque no hay cobertura de estas aplicaciones en el lugar donde se ubica su establecimiento, mientras que 13.2% no las usa porque desconoce el funcionamiento de éstas.

De los restaurantes encuestados que utiliza aplicaciones digitales, el 35.1% respondió que utiliza solamente una aplicación, mientras que el 29.7% usa dos aplicaciones y el 35.1% utiliza tres aplicaciones.

En cuanto a uso, en esta ocasión las plataformas de DiDi Food, Rappi y Uber Eats quedaron empatadas con 64.9%. Sin embargo, DiDi Food muestra una tendencia a la baja, mientras que Rappi y Uber Eats aumentan su uso, siendo Uber Eats la que muestra un mayor incremento. Por otro lado, DiDi Food se posiciona como la aplicación que más ingresos genera, al subir de 30.9% a 32.4% respecto al año anterior, mientras que Rappi sufrió una caída respecto al año anterior al pasar de 30.9% a 18.9% de las menciones que la colocaban como la que más ingresos generaba. DiDi Food y Rappi quedan empatadas en primer lugar con 21.6% de respuestas como las aplicaciones con la percepción de cobrar menores comisiones. Uber Eats vuelve a posicionarse como la aplicación favorita por los restaurantes con un 37.8% de las menciones, después de haber perdido esta posición el año pasado. Por otro lado, el porcentaje que menciona a Rappi como su aplicación favorita cae de 32.7% a 16.2% respecto al año anterior.

El 81.1% los encuestados respondió que los precios que ofrece en las aplicaciones son mayores a los que ofrece en su establecimiento. Este porcentaje es similar al 81.8% reportado en el estudio anterior. De este 81.1%, el 20.0% respondió que los precios son aproximadamente 10% más altos.

1 Introducción

El presente documento presenta los resultados de la “encuesta a restaurantes 2024”, 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 de 2022 se obtuvo respuesta de 537 restaurantes. En marzo de 2023 se tuvo una muestra de 455 establecimientos. En esta última encuesta se obtuvo una muestra de 478 establecimientos.

El presente estudio, además de reflejar los resultados obtenidos durante el mes de mayo de 2024, realiza comparaciones con los datos obtenidos en las encuestas de marzo de 2021, 2022 y 2023, así como de octubre del año 2020.

La quinta encuesta se levantó entre el 2 y el 17 de mayo de 2024, 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.

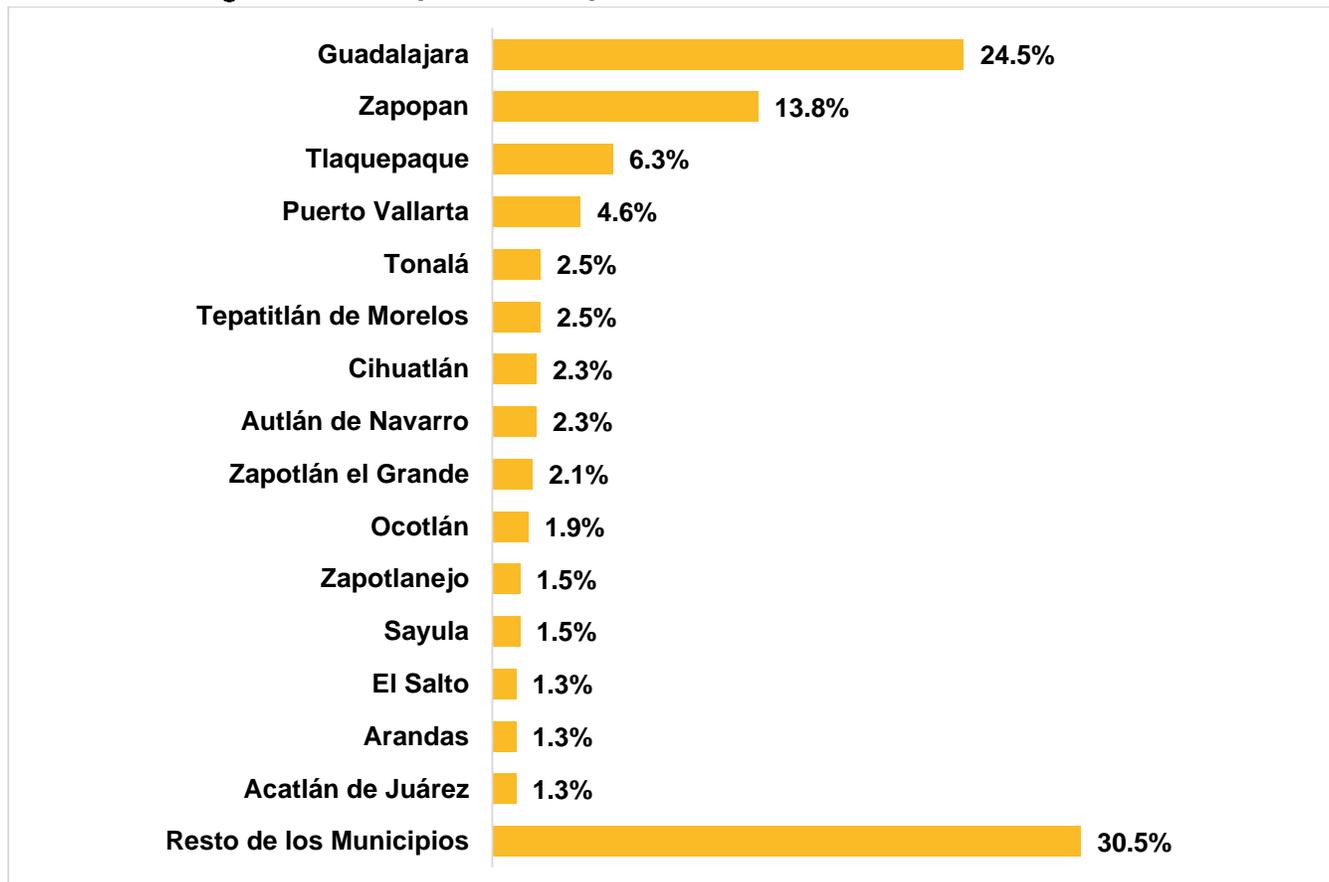
2 Resultados de la encuesta

La “Encuesta a Restaurantes 2024” se levantó a 478 restaurantes del 2 al 17 de mayo de 2024 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 81, de los cuales, las unidades económicas de Guadalajara son las que tuvieron una mayor participación con el 24.5%; le sigue Zapopan con 13.8% y Tlaquepaque con 6.3%. En conjunto estos tres municipios concentraron el 44.6% de los restaurantes encuestados.

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



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

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 34.5%. Los restaurantes con servicio de preparación de antojitos quedaron en segundo lugar, con una participación de 16.7%. Los restaurantes con servicios de preparación de alimentos a la carta o de comida corrida representaron 14.2% de los establecimientos encuestados, al igual que los restaurantes con servicio de preparación de pizzas, hamburguesas, hot dogs y pollos rostizados para llevar.

Figura 2. Giros de las unidades económicas encuestadas

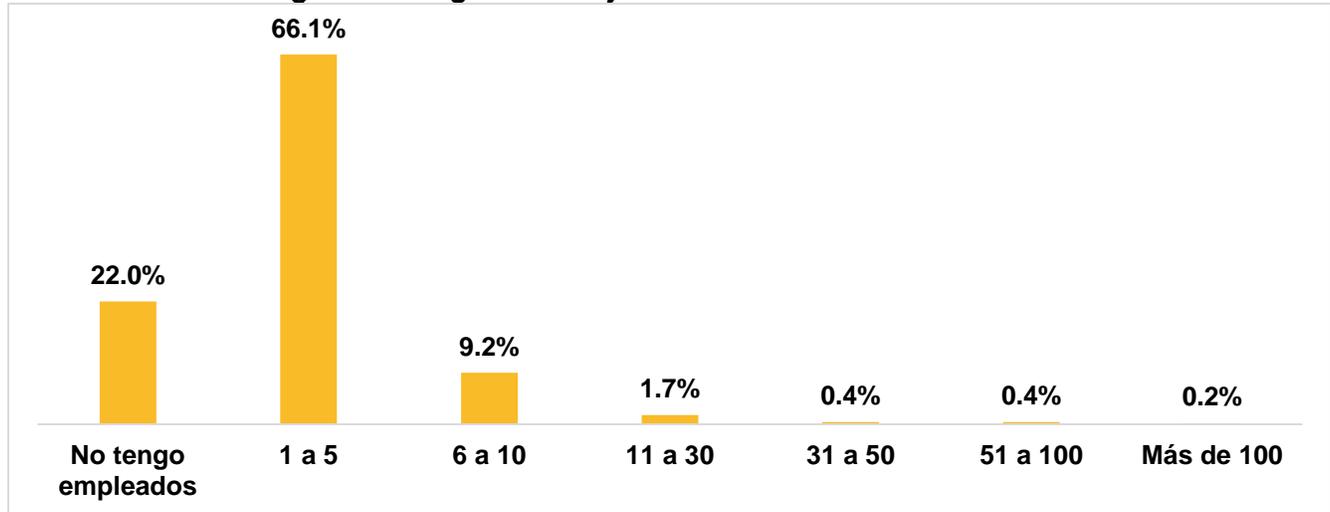


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.



Del total de los restaurantes encuestados, 66.1% tienen de 1 a 5 empleados, mientras que 9.2% tienen de 6 a 10. Por otro lado, solo el 2.7% los restaurantes mencionaron tener más de 10 empleados. El 22.0% dijo no tener trabajadores en su negocio.

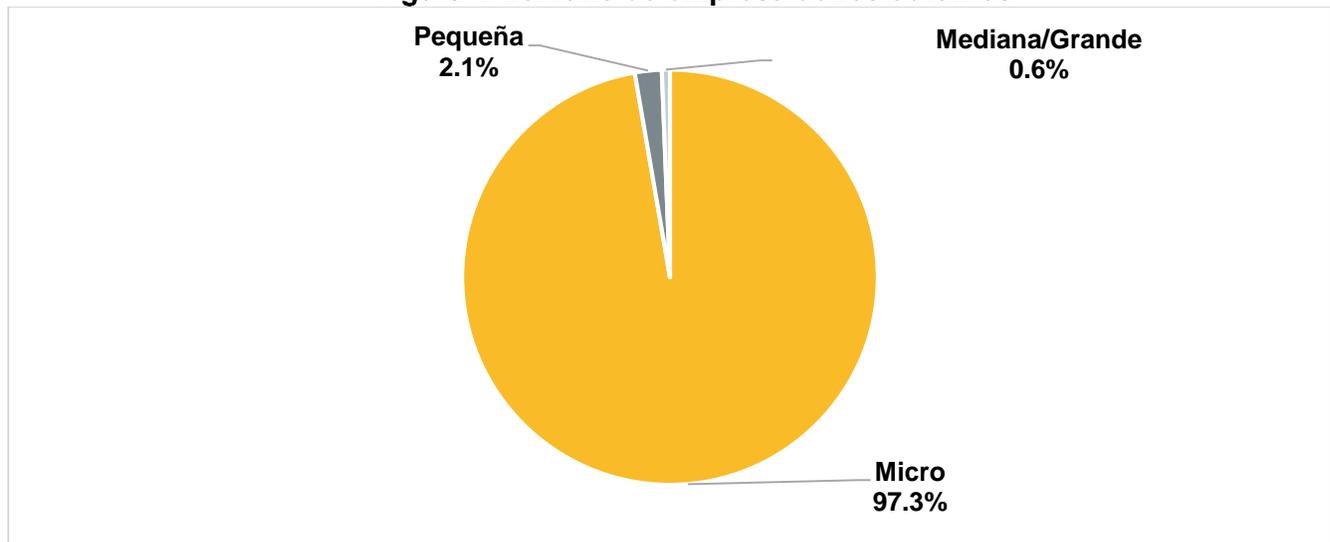
Figura 3. Rango de trabajadores de las unidades encuestadas



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

La participación por tamaño del restaurante, de acuerdo con el número de empleados, en mayo de 2024 fue de 97.3% para microempresas, 2.1% para pequeñas, y de 0.6% para medianas y grandes.

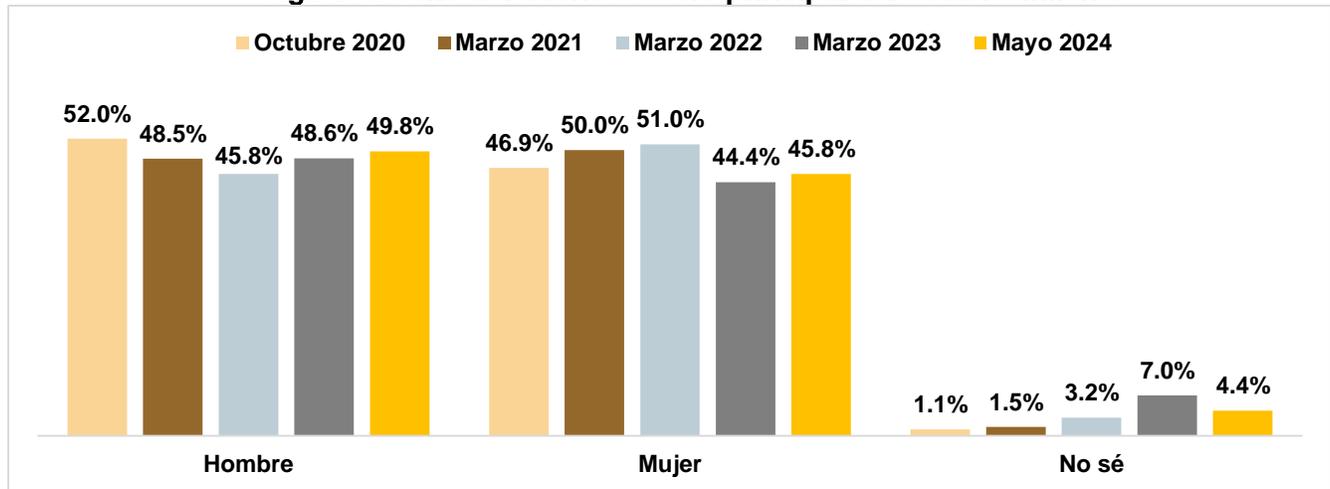
Figura 4. Tamaño de empresa de restaurantes



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

En el 2024, en el 45.8% de los restaurantes encuestados el dueño o socio principal es mujer mientras que en el 49.8% 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 y en el 45.8% hombres.

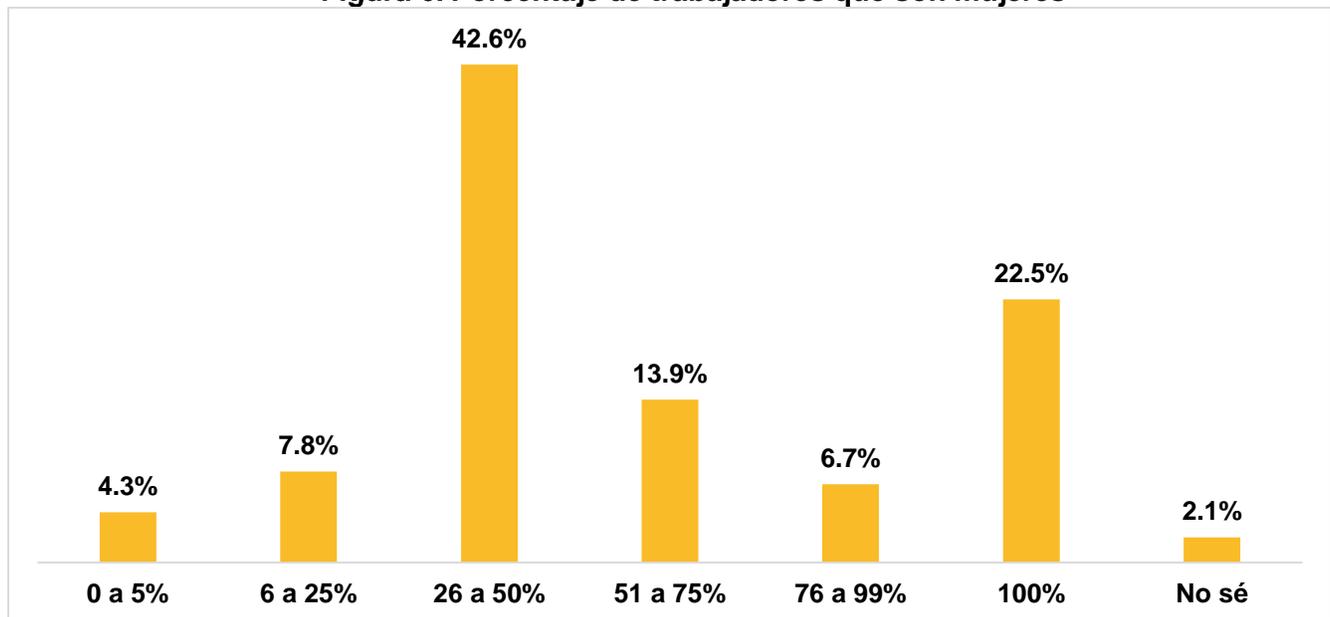
Figura 5. Sexo del dueño o socio principal del establecimiento



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales y Encuesta a restaurantes 2024.

En el 22.5% de los restaurantes encuestados, el 100% de los empleados son mujeres. Asimismo, en el 43.2% de los restaurantes, más del 50% de los empleados son mujeres.

Figura 6. Porcentaje de trabajadores que son mujeres

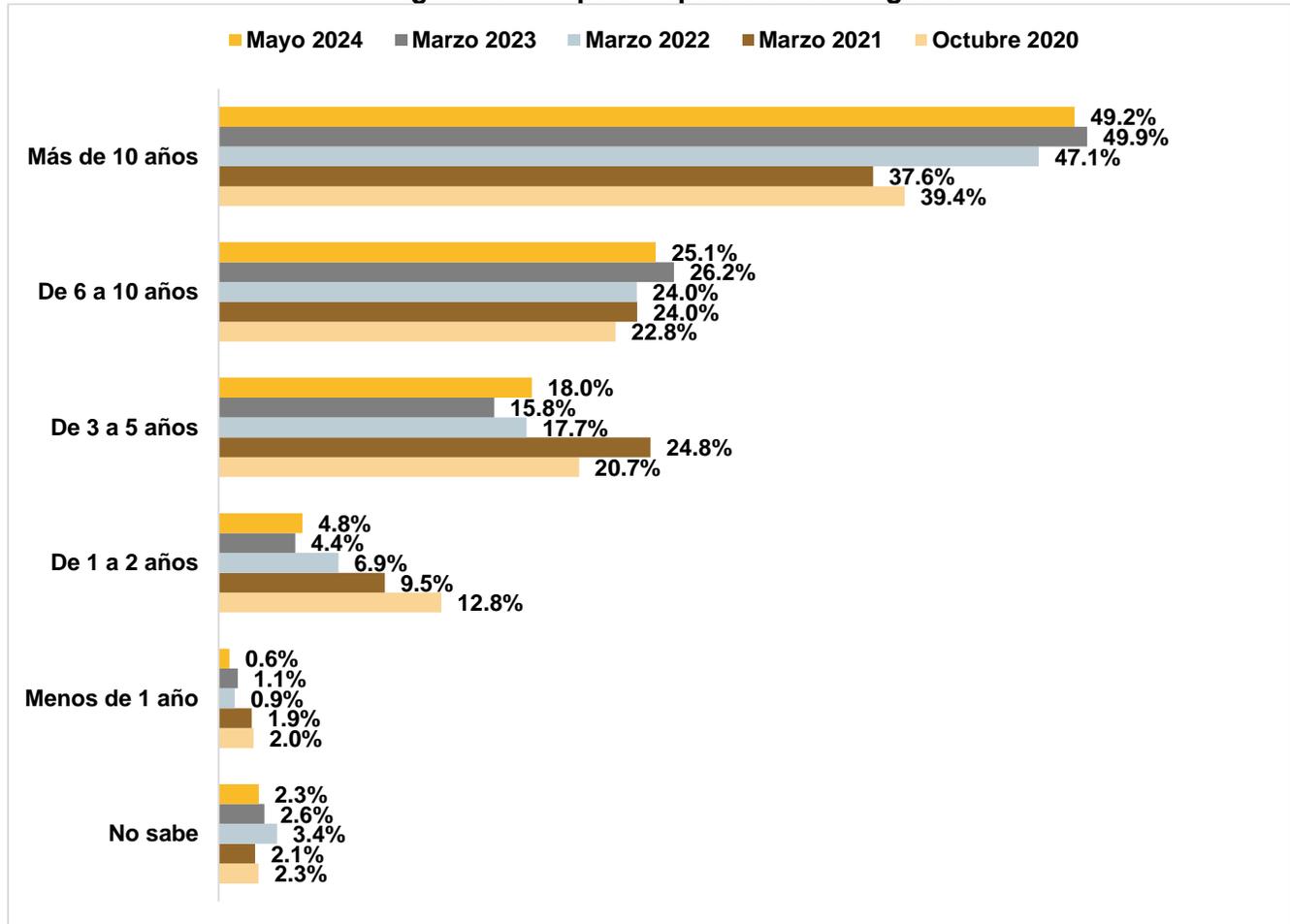


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

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

El 49.2% de los negocios dijeron tener más de diez años de operación, porcentaje similar al 49.9% que contestaron en marzo del año pasado. Las empresas más recientes, las que llevan dos años o menos operando, representaron el 5.4% de los encuestados en mayo de 2024, porcentaje similar al 5.5% de marzo de 2023, cuando en marzo de 2022 fue de 7.8% y en marzo de 2021 fue de 11.5%.

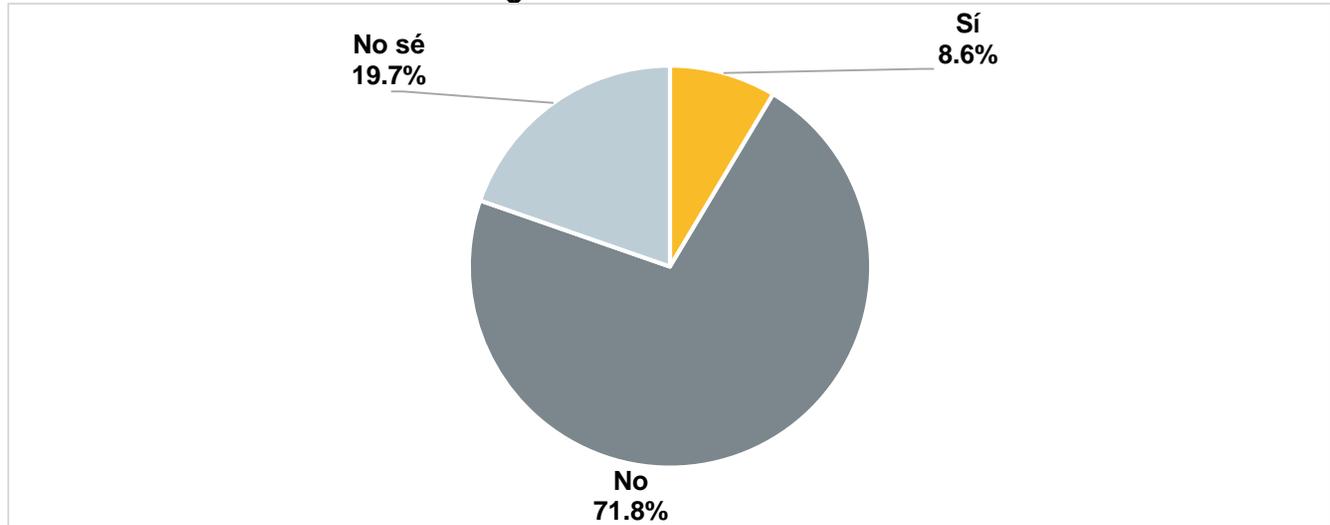
Figura 7. Tiempo de operación del negocio



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 8.6% del total encuestado en mayo de 2024, porcentaje inferior al 14.5% reportado en marzo de 2023.

Figura 8. Afiliación a CANIRAC

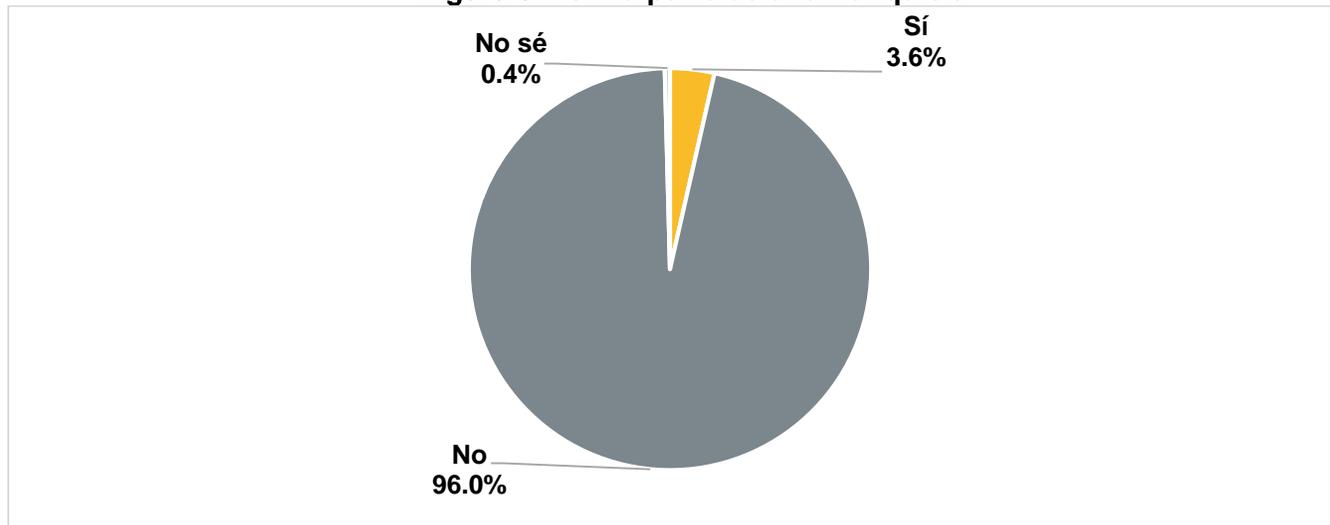


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

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

Las empresas que forman parte de una franquicia fueron el 3.6% de los encuestados, cifra inferior al 4.2% del año pasado.

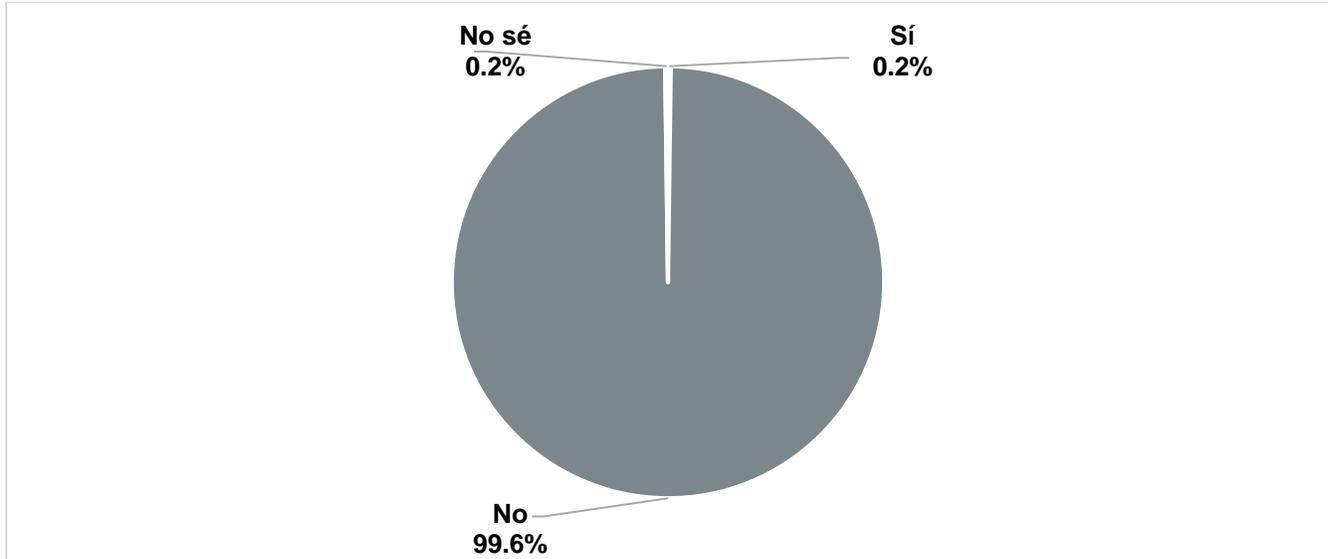
Figura 9. Forma parte de una franquicia



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

Solo el 0.2% de los encuestados mencionó estar dentro de un hotel o resort turístico, mientras que el 99.6% no lo está.

Figura 10. Establecimientos dentro de un hotel o resort turístico



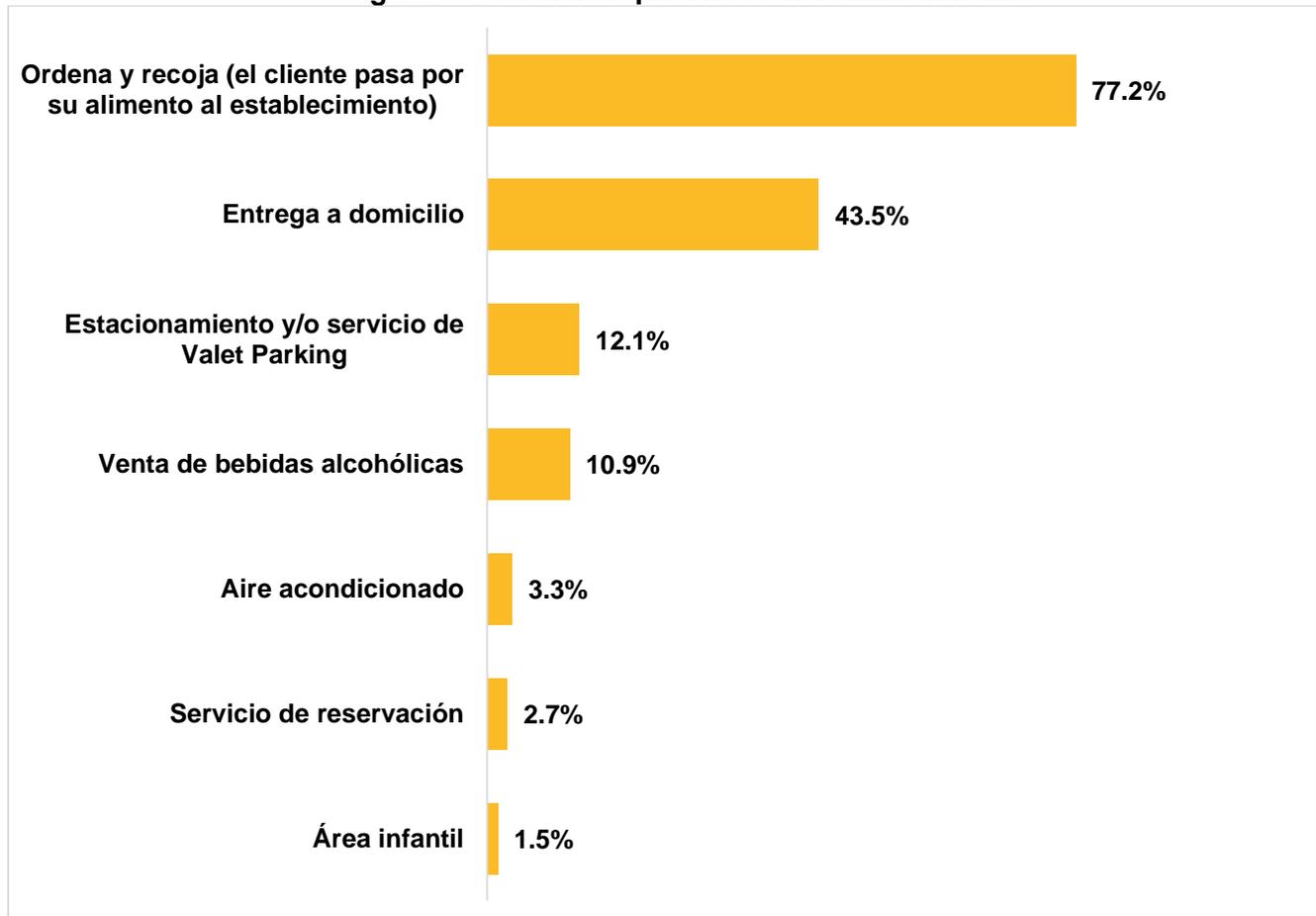
Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

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 77.2%. Entrega a domicilio es un servicio que ofrecen el 43.5% de los restaurantes encuestados. El servicio de estacionamiento o *valet parking* lo tienen el 12.1% de los negocios. El 10.9% de los establecimientos cuenta con venta de bebidas alcohólicas. Por otro lado, el servicio de reservación tuvo un 2.7% de las menciones. Por último, los servicios de aire acondicionado y área infantil lo tienen el 3.3% y el 1.5%, respectivamente.

Cabe señalar que, en la encuesta del año pasado, el 81.8% de los restaurantes mencionaron contar con servicio de ordena y recoja, mientras que el 51.6% contaban con servicio de entrega a domicilio.

Figura 11. Servicios que ofrece el establecimiento

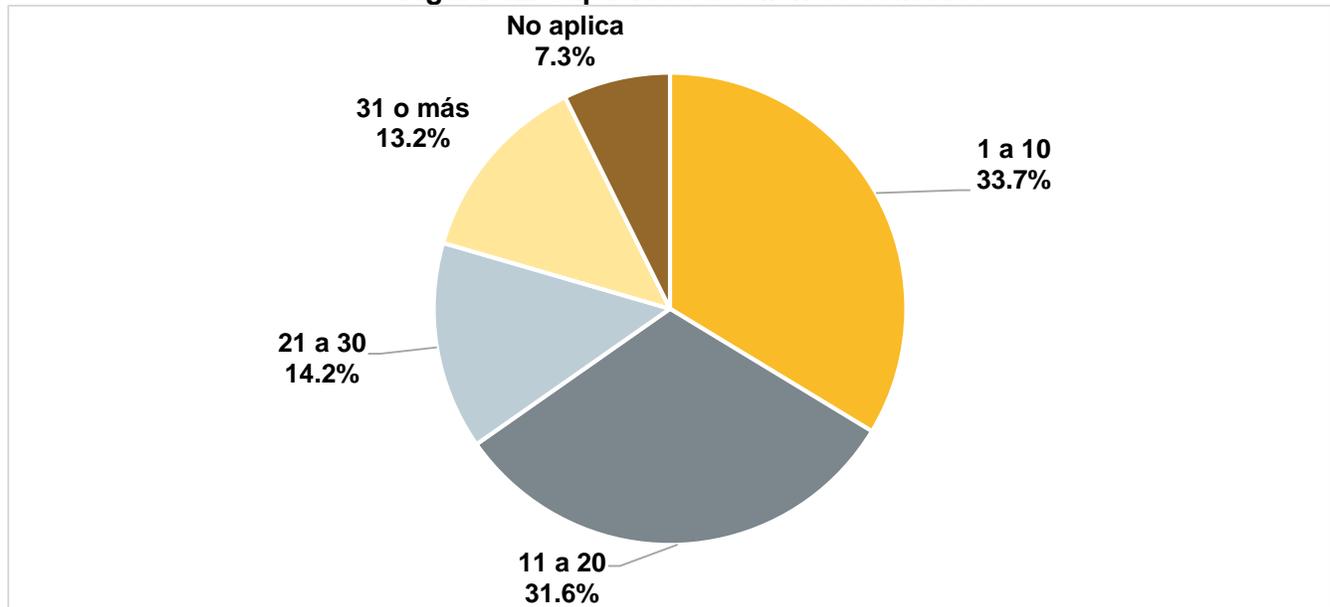


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

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

El 33.7% de los establecimientos tiene capacidad para atender de 1 a 10 clientes sentados en el lugar, mientras que el 31.6% tiene capacidad de 11 a 20 clientes. El 14.2% tiene capacidad para 21 a 30 personas sentadas. Finalmente, el 13.2% mencionó que tiene capacidad para 31 o más personas.

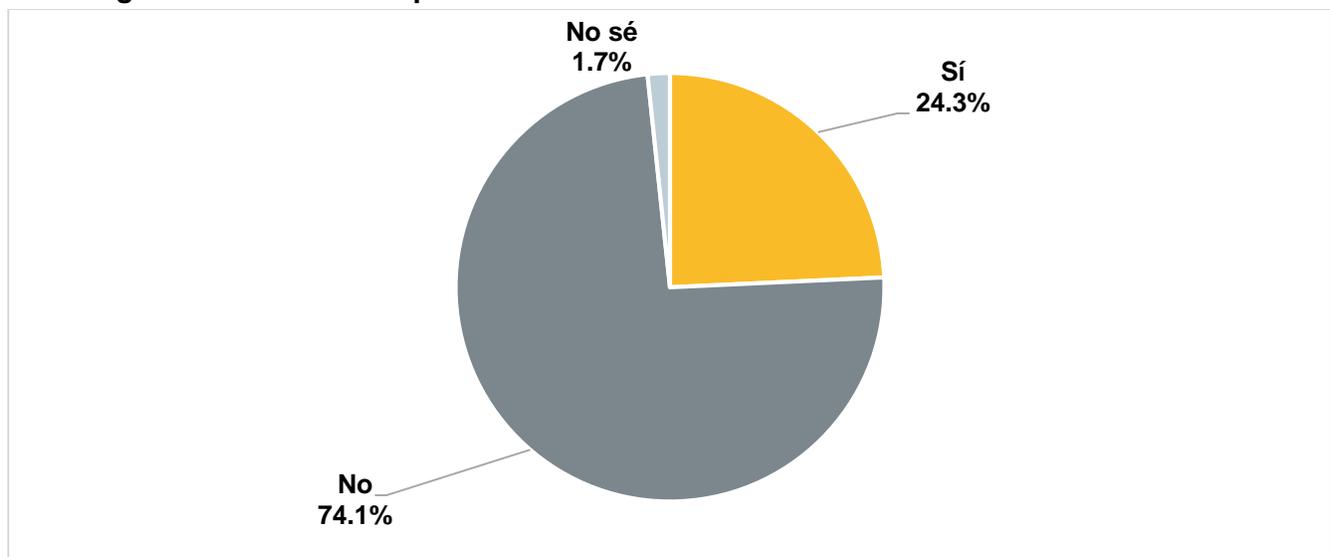
Figura 12. Capacidad de clientes sentados



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

De los 478 establecimientos encuestados, el 24.3% mencionó que sí han aumentado los precios ofrecidos en su establecimiento en los últimos 3 meses, por otro lado, el 74.1% no lo ha hecho.

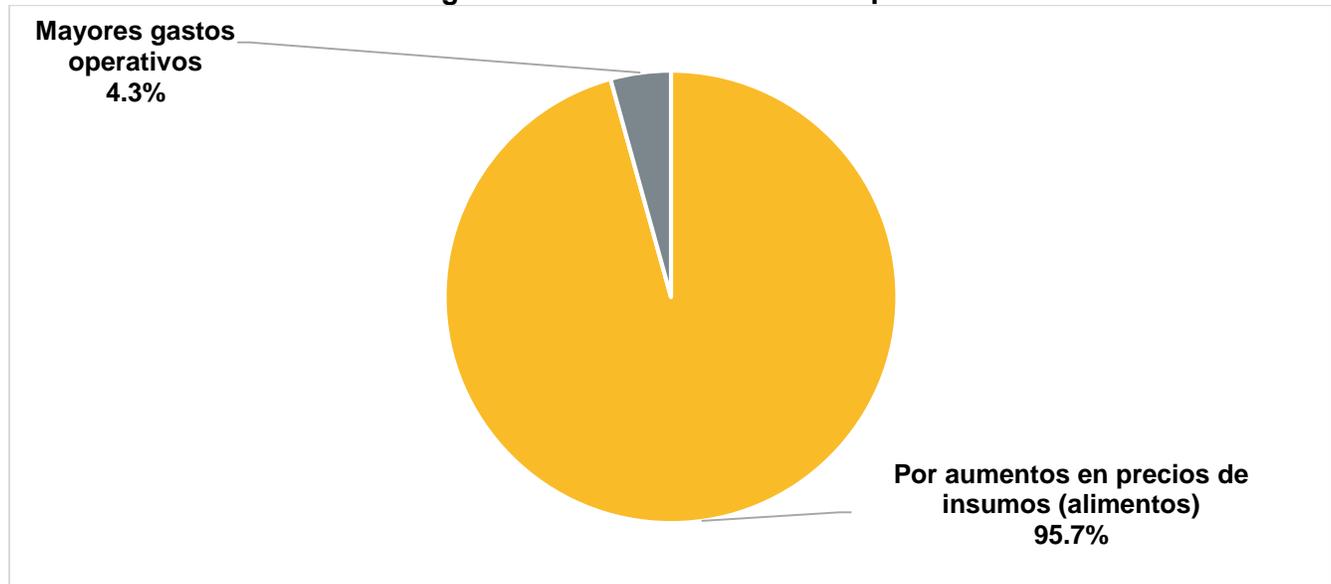
Figura 13. Aumento de precios ofrecidos en su establecimiento en los últimos 3 meses



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

De los que sí han aumentado los precios, la principal razón fue por el aumento en precios de insumos (alimentos) con el 95.7%, mientras que el 4.3% lo hizo para compensar mayores gastos operativos.

Figura 14. Razón de aumento de precios



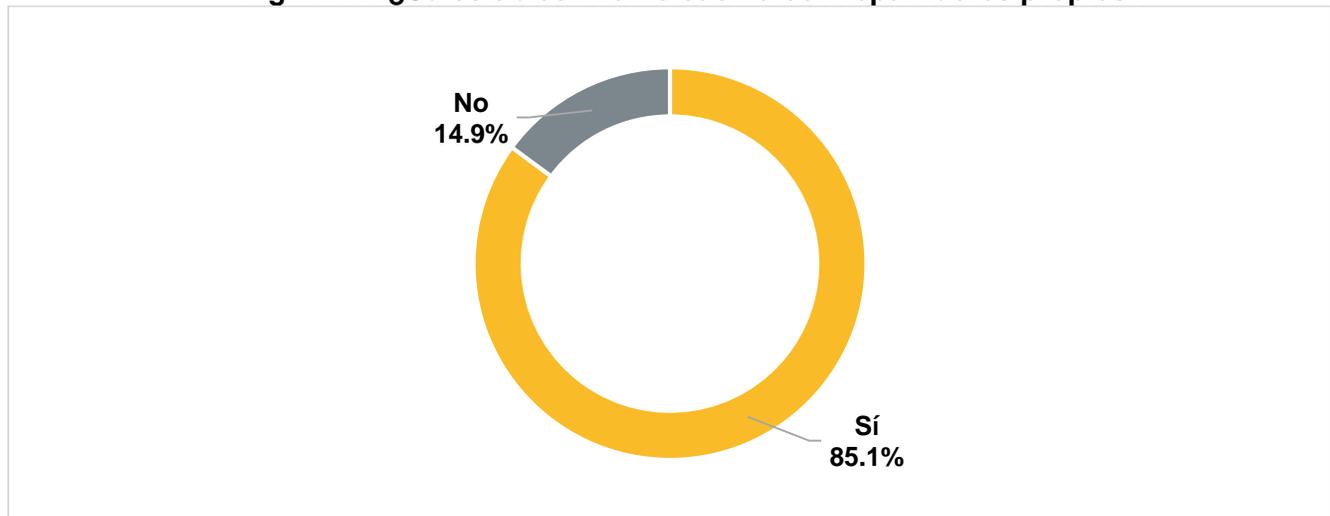
Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

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 80.3% de los restaurantes encuestados.

El porcentaje de restaurantes con entrega a domicilio que indicaron que sí cuentan con repartidores propios fue de 85.1% en mayo de 2024. Este porcentaje es similar al observado en marzo de 2023 de 84.7% y al de marzo de 2022 de 84.4%.

Figura 15. ¿Su establecimiento cuenta con repartidores propios?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

Nota: Esta pregunta fue aplicada solo a los establecimientos que cuentan con entrega a domicilio.

Tabla 1. ¿Su establecimiento cuenta con repartidores propios?

Repartidores propios	Octubre 2020	Marzo 2021	Marzo 2022	Marzo 2023	Mayo 2024
Sí	73.3%	81.8%	84.4%	84.7%	85.1%
No	25.8%	17.1%	15.6%	14.5%	14.9%
No sé	0.9%	1.1%	0.0%	0.9%	0.0%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

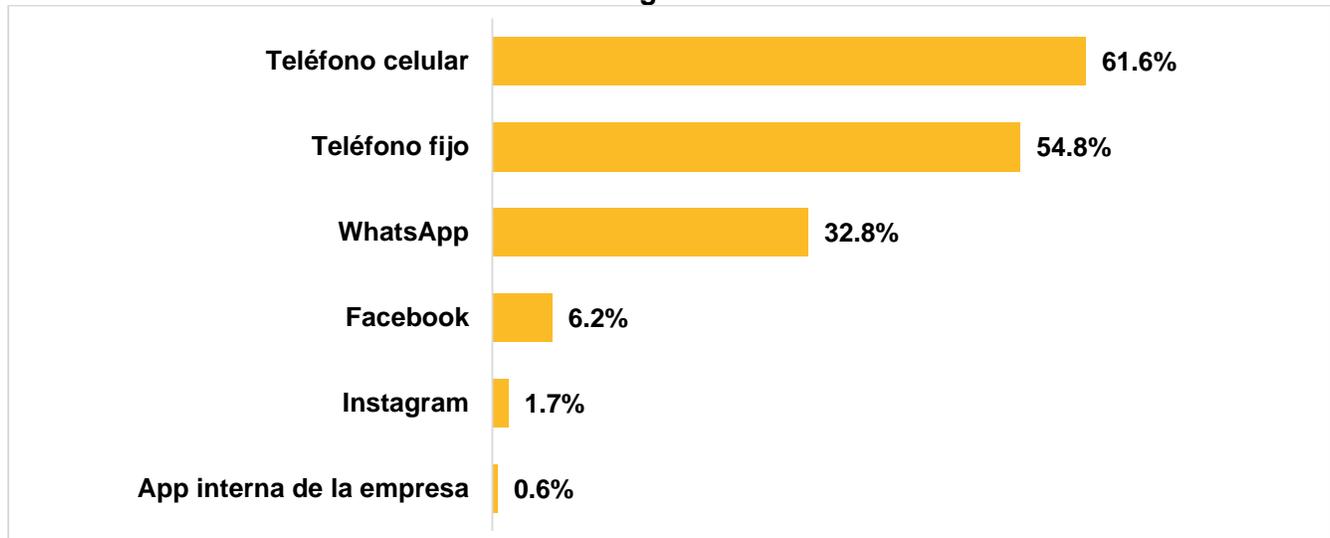
Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

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 61.6%, seguido del teléfono fijo con 54.8%. El 32.8% se comunica con sus clientes por medio de WhatsApp.

El porcentaje de restaurantes que usa telefonía celular y WhatsApp aumentó con respecto a la encuesta del año anterior, mientras que el uso de teléfono fijo disminuyó.

Figura 16. ¿Qué medio(s) utiliza para comunicarse con sus clientes para realizar las entregas a domicilio?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

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

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

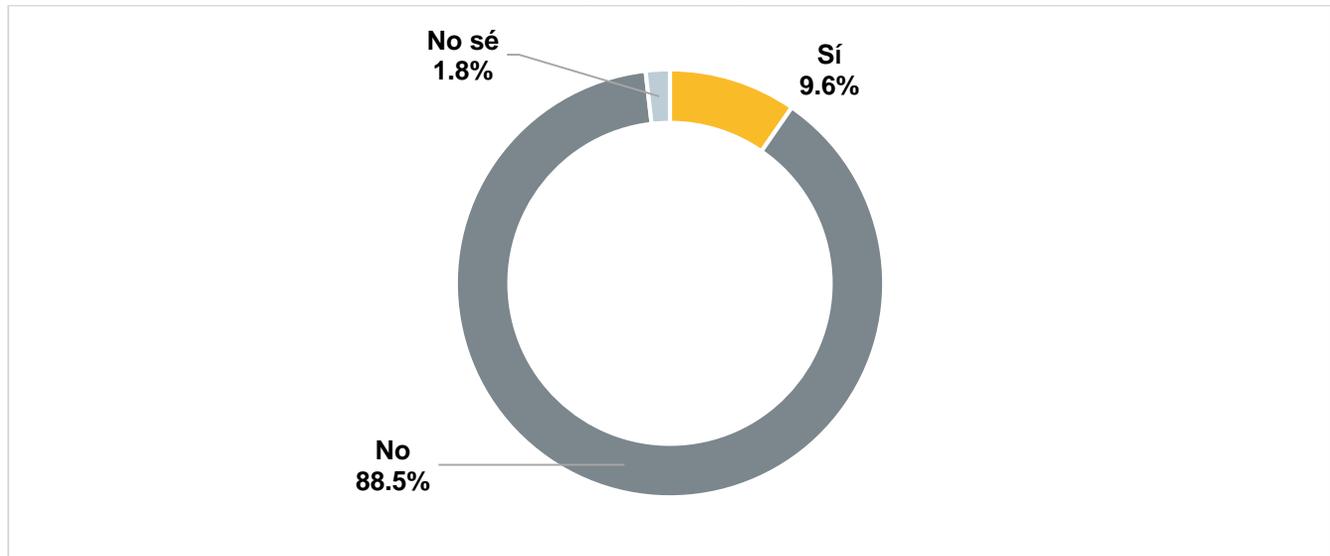
Medio	Octubre 2020	Marzo 2021	Marzo 2022	Marzo 2023	Mayo 2024
Teléfono fijo	61.5%	51.1%	58.3%	71.9%	54.8%
Teléfono celular	59.8%	67.6%	57.3%	43.7%	61.6%
WhatsApp	38.5%	36.4%	35.5%	27.1%	32.8%
Facebook	21.3%	19.6%	18.5%	6.0%	6.2%
Instagram	9.2%	7.1%	6.2%	2.5%	1.7%
App interna de la empresa	1.3%	1.3%	0.5%	0.5%	0.6%
Otro	0.4%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%

Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

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

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 9.6% en mayo de 2024. Este porcentaje es inferior al observado en marzo de 2023 de 14.30%. En marzo de 2021 el 20.8% había mencionado que vendía por medio de aplicaciones.

Figura 17. ¿Su establecimiento vende por medio de aplicaciones digitales de entrega de comida a domicilio?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

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

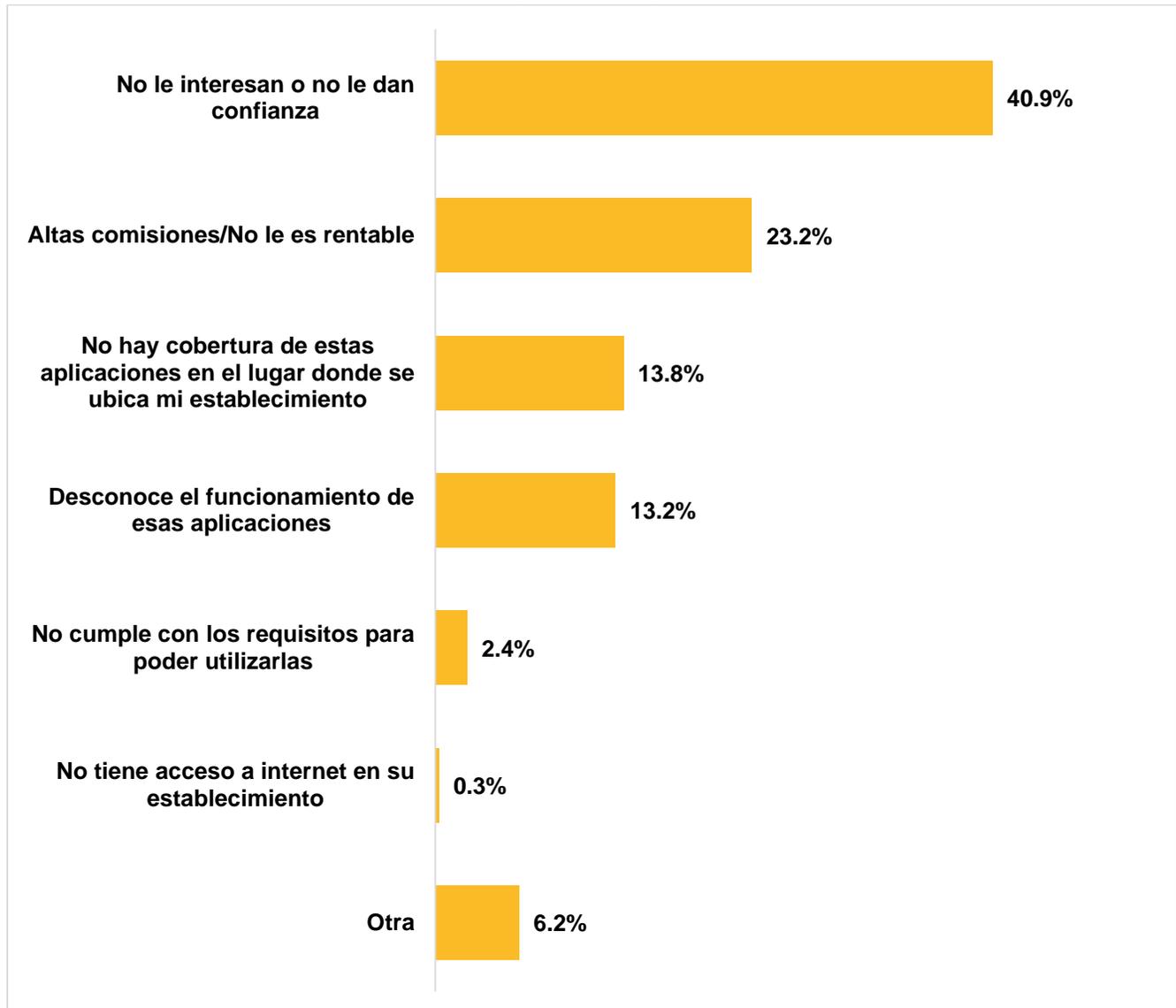
Vende por aplicaciones	Octubre 2020	Marzo 2021	Marzo 2022	Marzo 2023	Mayo 2024
Sí	22.9%	20.8%	14.6%	14.3%	9.6%
No	76.5%	78.3%	83.5%	82.3%	88.5%
No sé	0.6%	0.9%	1.8%	3.4%	1.8%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

La razón principal por la que los restaurantes no utilizan aplicaciones fue porque no les interesan o no les dan confianza con 40.9%, seguido de las altas comisiones o que no les es rentable con un 23.2%.

El 13.8% mencionó que no las utiliza porque no hay cobertura de estas aplicaciones en el lugar donde se ubica su establecimiento, mientras que 13.2% no las usa porque desconoce el funcionamiento de éstas.

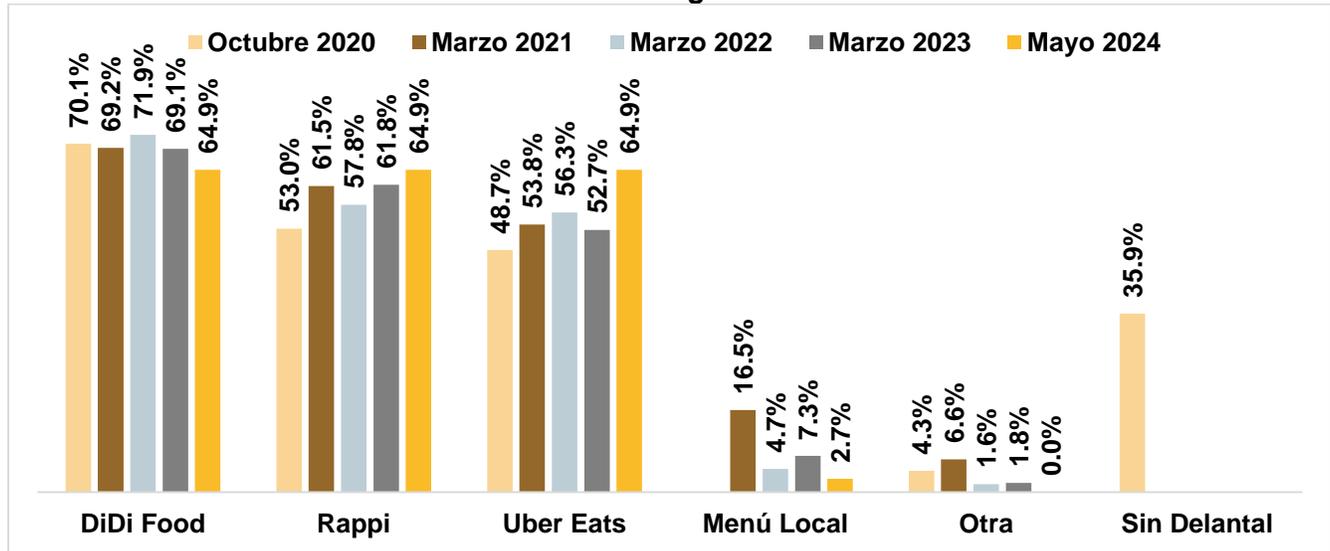
Figura 18. ¿Cuál es la razón principal por la que no utiliza aplicaciones de entregas de comida a domicilio?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

En cuanto a uso, en esta ocasión las plataformas de DiDi Food, Rappi y Uber Eats quedaron empatadas con 64.9%. Sin embargo, DiDi Food muestra una tendencia a la baja, mientras que Rappi y Uber Eats aumentan su uso, siendo Uber Eats la que muestra un mayor incremento.

Figura 19. ¿Qué aplicación (o aplicaciones) para vender comida a domicilio utiliza en su negocio?

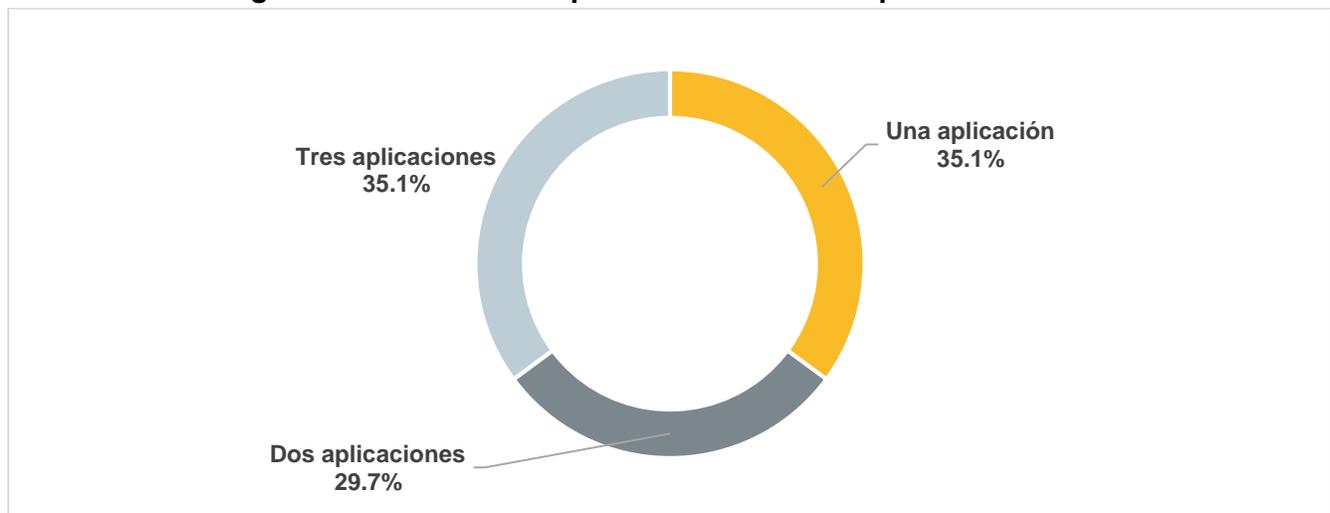


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

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

El 35.1% de los encuestados respondió que utiliza solamente una aplicación, mientras que el 29.7% usa dos aplicaciones y el 35.1% utiliza tres aplicaciones.

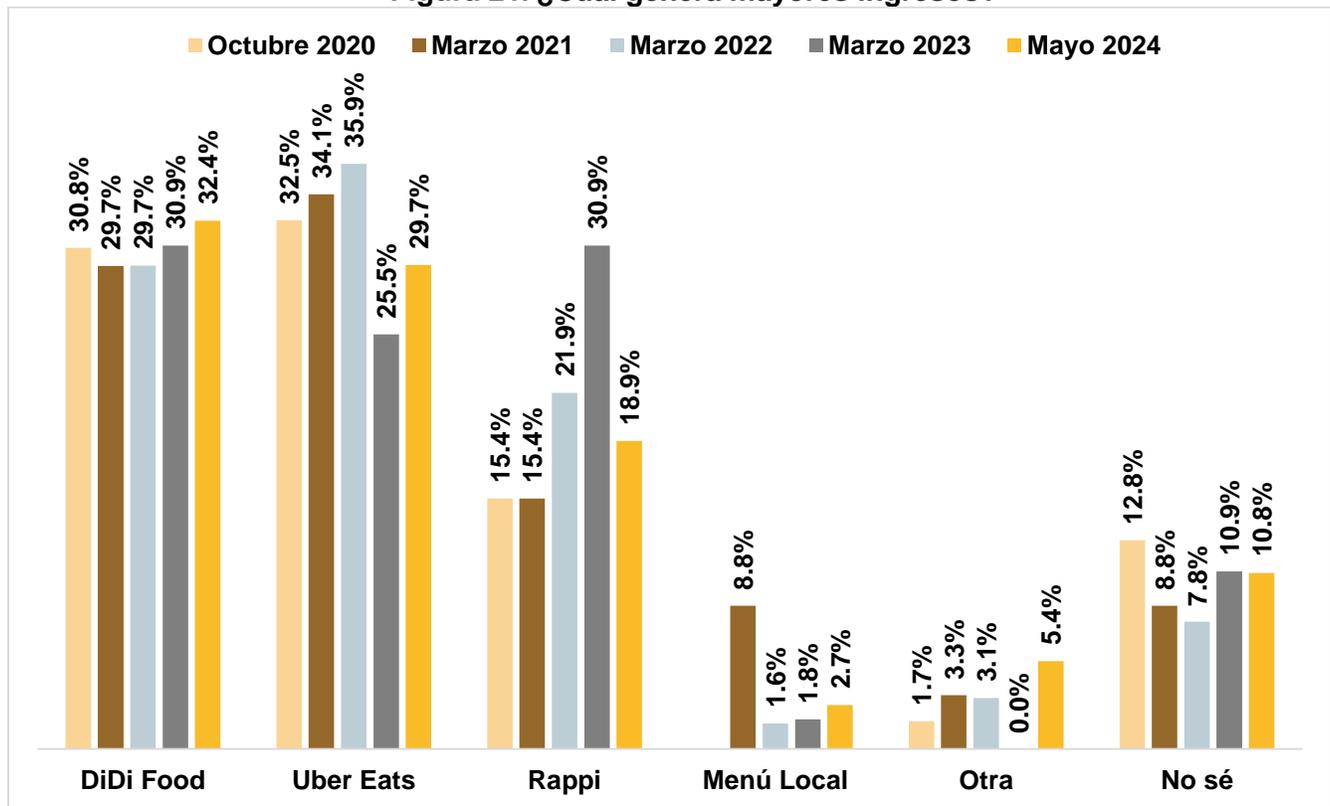
Figura 20. Cantidad de aplicaciones utilizadas por establecimiento.



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

DiDi Food se posiciona como la aplicación que más ingresos genera, al subir de 30.9% a 32.4% respecto al año anterior. Mientras que Rappi sufrió una caída importante al pasar de 30.9% a 18.9% de las menciones respecto al año anterior. Por su parte, Uber Eats aumenta, respecto al año anterior, de 25.5% a 29.7% en el porcentaje de menciones que la colocan como la aplicación que más ingresos genera.

Figura 21. ¿Cuál genera mayores ingresos?

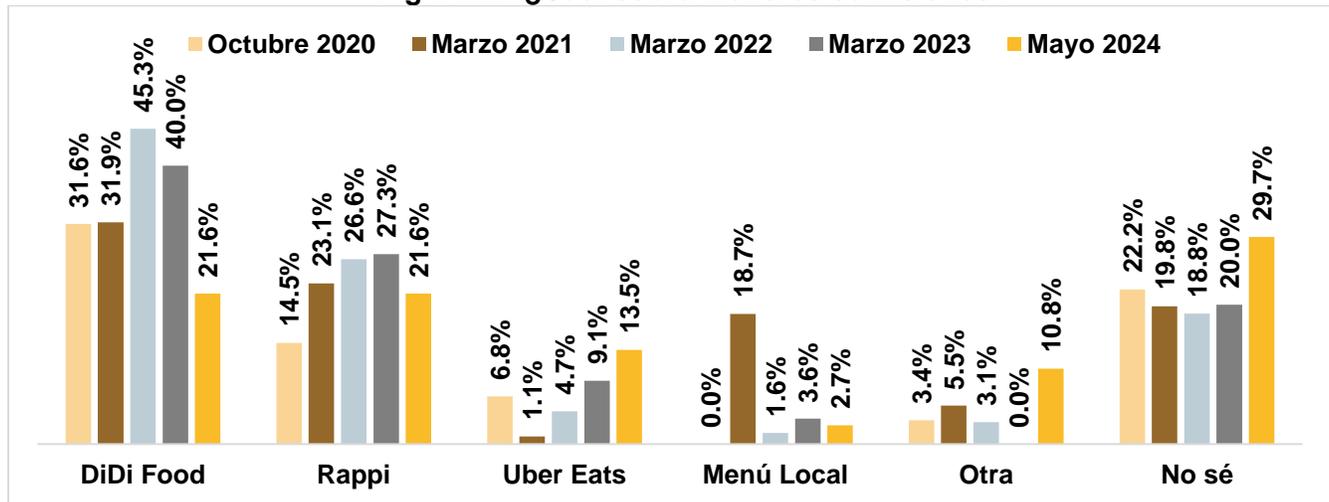


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.

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

Si bien DiDi Food se mantiene como una de las aplicaciones con la percepción de cobrar menores comisiones, ahora empata con Rappi, mientras que la percepción de DiDi Food como ser la aplicación que menos cobra cae de 40.0% a 21.6% respecto al año anterior. Por otra parte, el porcentaje de establecimientos que mencionan no saber cuál es la que cobra menos comisiones aumenta de 20.0% a 29.7%.

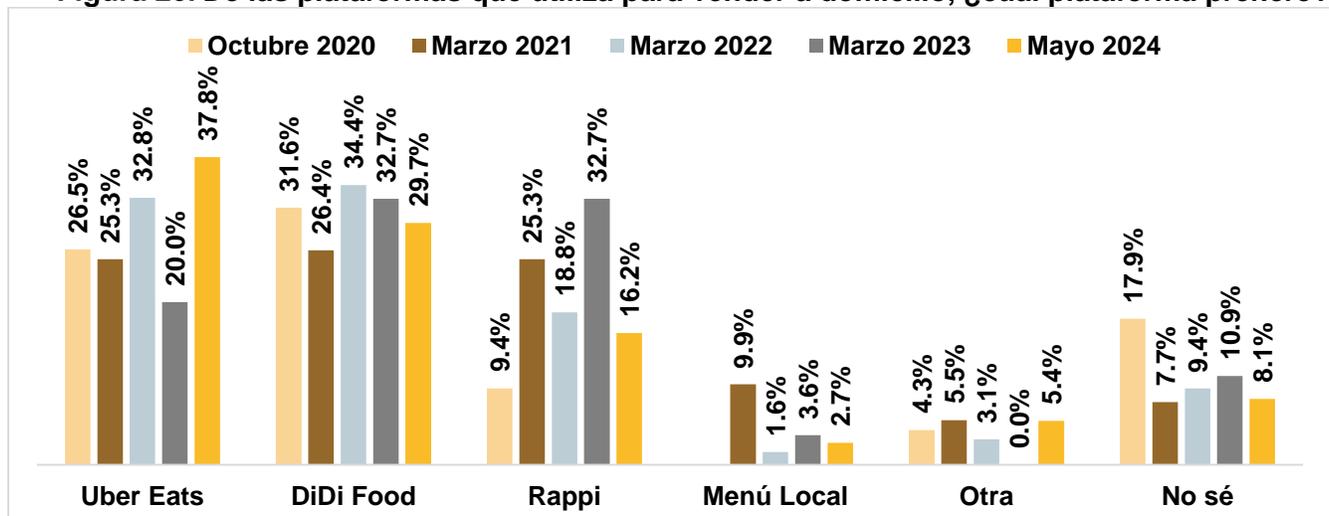
Figura 22. ¿Cuál cobra menores comisiones?



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

Uber Eats vuelve a posicionarse como la aplicación favorita por los restaurantes con un 37.8% de las menciones, después de haber perdido esta posición el año pasado. Por otro lado, el porcentaje que menciona a Rappi como su aplicación favorita cae de 32.7% a 16.2% respecto al año anterior.

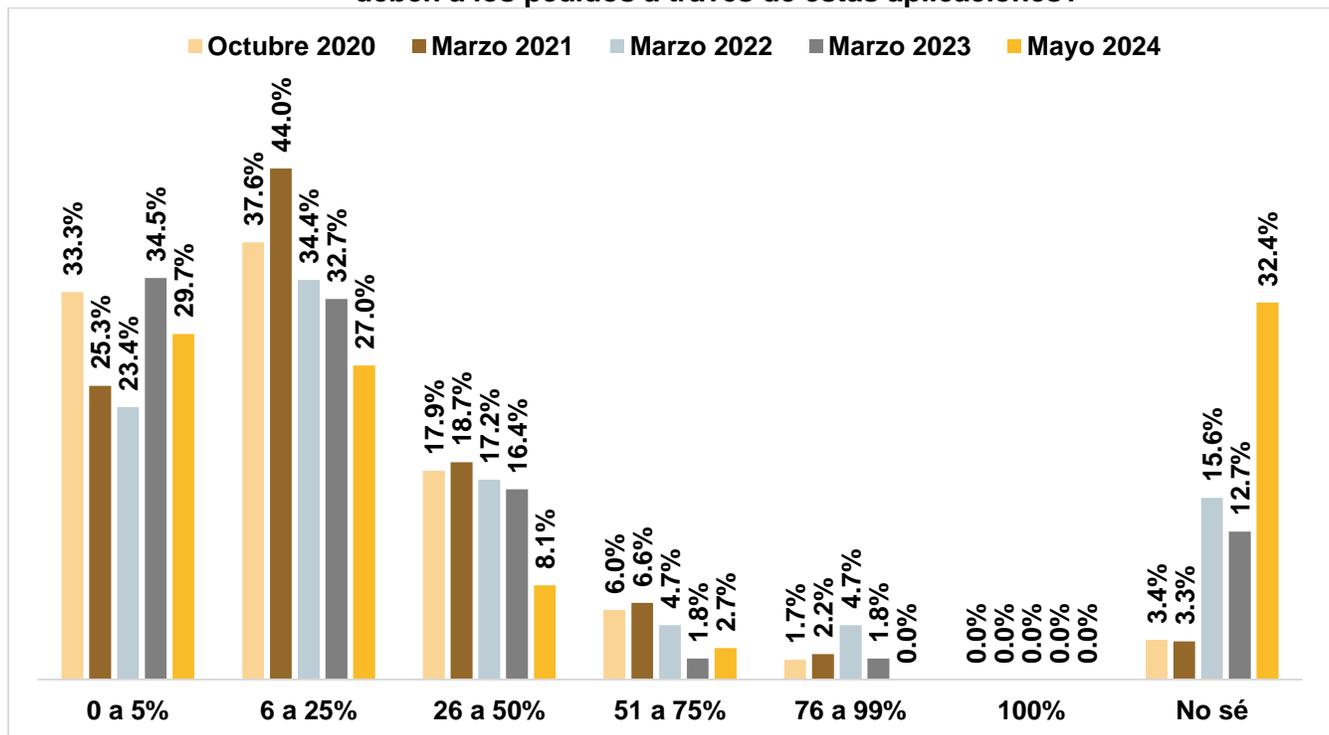
Figura 23. De las plataformas que utiliza para vender a domicilio, ¿cuál plataforma prefiere?



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 29.7% 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 27.0% de los restaurantes mencionó que los ingresos por medio de aplicaciones representaron entre el 6% y 25%. El 8.1% de los restaurantes mencionó que los ingresos por medio de aplicaciones representaron entre el 26% y 50%. Finalmente, alrededor del 2.7% de los restaurantes mencionó que los ingresos por medio de aplicaciones representaron más del 50% de sus ingresos. Cabe mencionar que el porcentaje de establecimientos que mencionó desconocer este dato aumento de 12.7% a 32.4% respecto al año anterior.

Figura 24. Durante el último mes, ¿qué porcentaje de los ingresos del establecimiento se deben a los pedidos a través de estas aplicaciones?

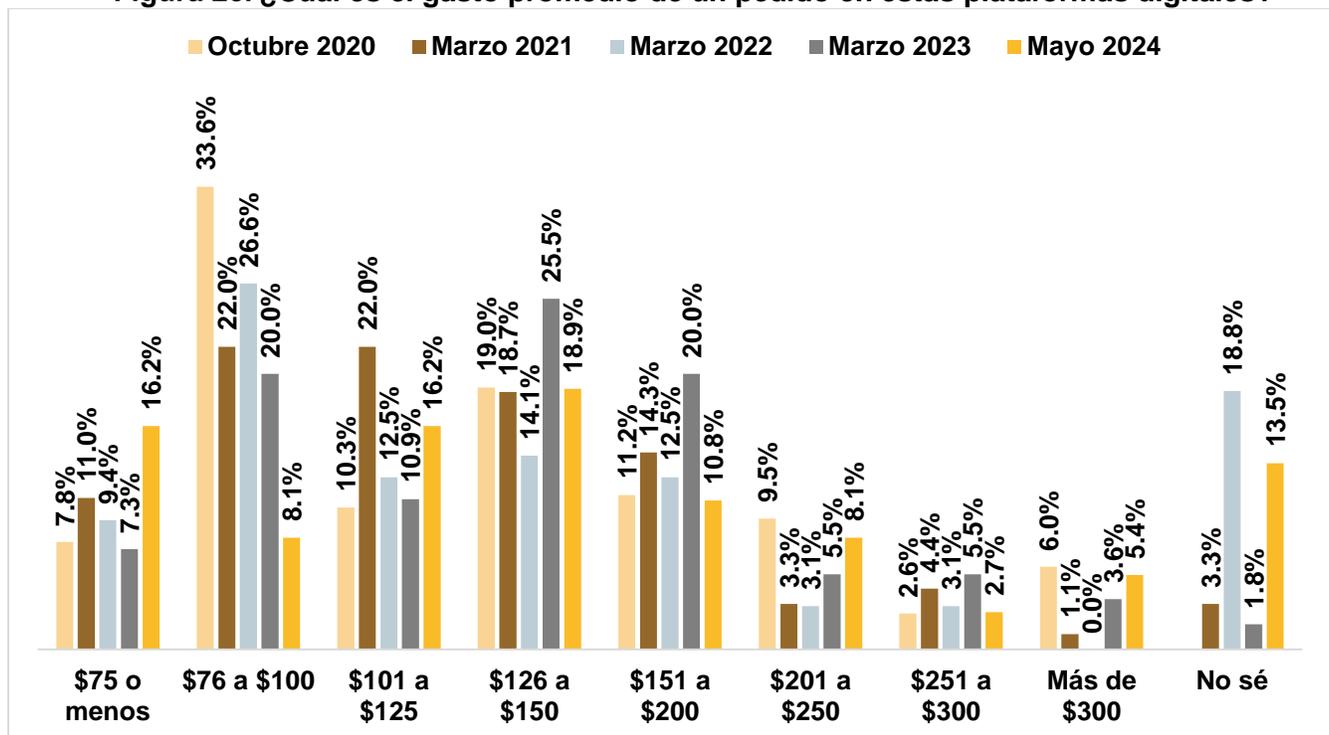


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes sobre el uso de plataformas digitales.
 Nota: La suma de los porcentajes puede no sumar 100% debido al redondeo.

El 24.3% de los restaurantes dijeron tener pedidos promedio de \$100 o menos en mayo de 2024. En contraste, el 16.2% de los negocios respondieron tener pedidos en promedio de \$200 pesos o más por pedido, lo que representó un aumento desde el 14.5% del año anterior.

El porcentaje de restaurantes que mencionó que su pedido promedio era de \$100 o menos ha disminuido progresivamente desde un 35.9% en marzo de 2022. El porcentaje de restaurantes con pedidos promedio de entre \$100 a \$200 se redujo de 56.4% a 45.9% respecto al año anterior. Cabe mencionar que 13.5% de los restaurantes que venden por aplicaciones no dio una respuesta sobre el gasto promedio por pedido en mayo de 2024, lo que hizo que las otras opciones de respuesta disminuyeran en términos relativos.

Figura 25. ¿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.

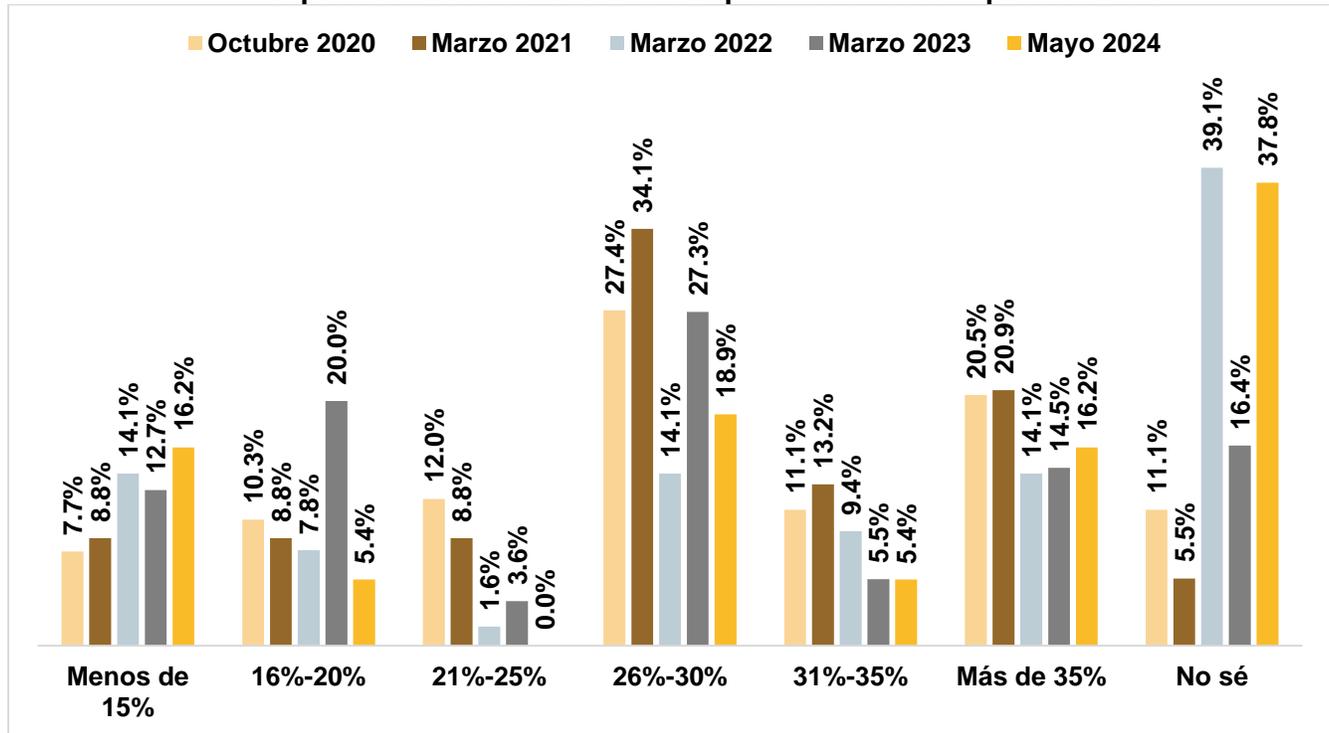
Tabla 4. ¿Cuál es el gasto promedio de un pedido en estas plataformas digitales? Comparativo

Gasto promedio	Octubre 2020	Marzo 2021	Marzo 2022	Marzo 2023	Mayo 2024
\$100 o menos	41.4%	33.0%	35.9%	27.3%	24.3%
\$101 a \$200	40.5%	54.9%	39.1%	56.4%	45.9%
Más de \$200	18.1%	8.8%	6.3%	14.5%	16.2%
No sé	0.00%	3.3%	18.8%	1.8%	13.5%
Total	100.0%	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) es igual o menor a 30% disminuyó de 63.6% a 40.5% respecto al año anterior. Sin embargo, es importante señalar que el 37.8% de los restaurantes que usan aplicaciones contestó que no sabía en mayo de 2024.

Figura 26. 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.

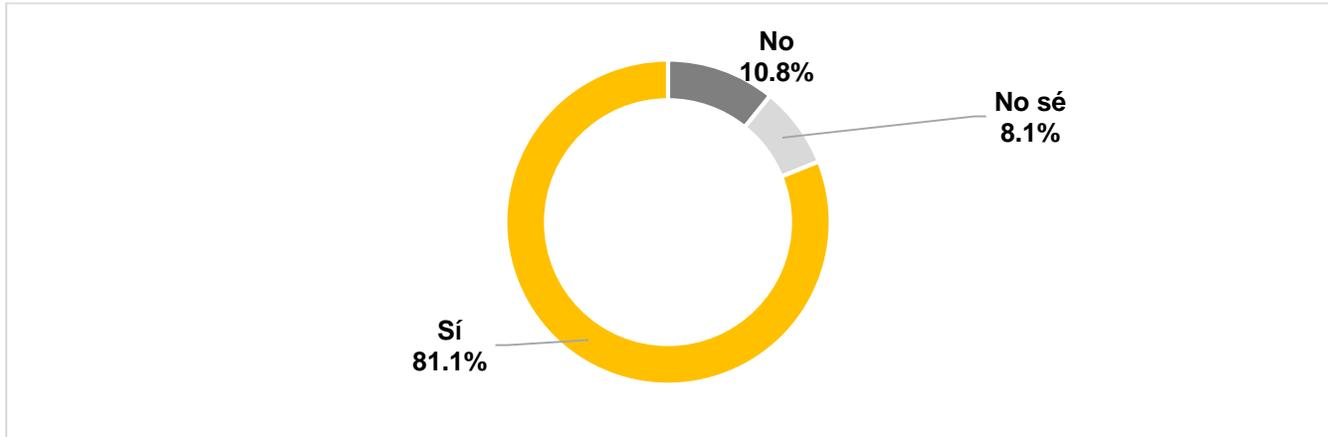
Tabla 5. Aproximadamente, ¿qué porcentaje de las ventas realizadas por estos medios representan las comisiones e impuestos de estas aplicaciones?

Opción	Octubre 2020	Marzo 2021	Marzo 2022	Marzo 2023	Mayo 2024
30% o menos	57.4%	60.4%	37.5%	63.6%	40.5%
Más de 30%	31.6%	34.1%	23.4%	20.0%	21.6%
No sé	11.1%	5.5%	39.1%	16.4%	37.8%
Total	100.0%	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 81.1% los encuestados respondió que los precios que ofrece en las aplicaciones son mayores a los que ofrece en su establecimiento.

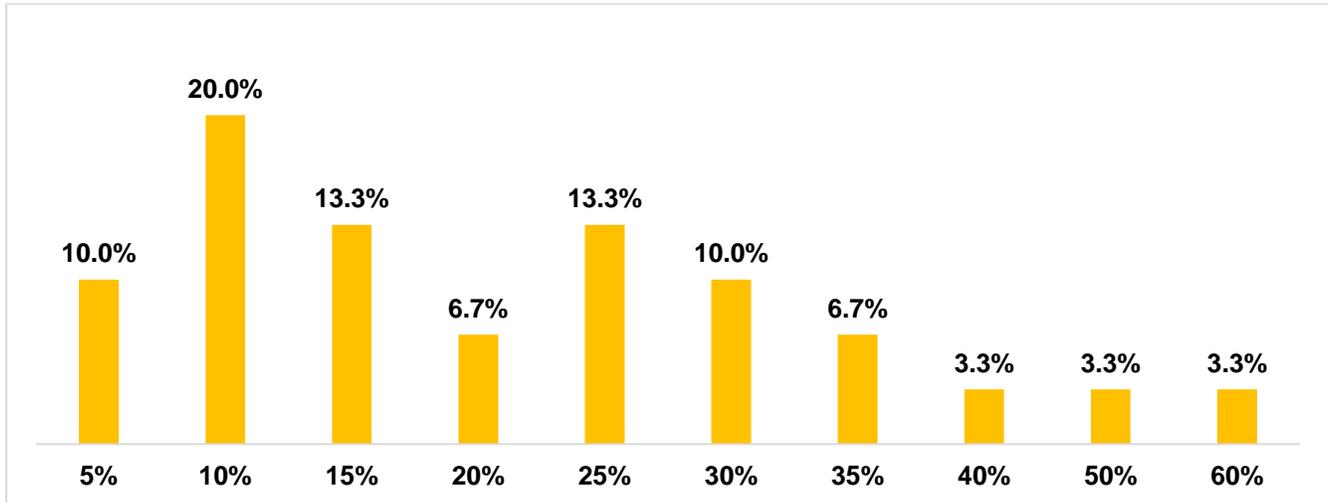
Figura 27. ¿Los precios de su menú en aplicaciones digitales son más altos que los que ofrece en su establecimiento?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

De los restaurantes que mencionaron que el precio que ofrecen en las aplicaciones es superior al que ofrecen en su establecimiento, el 20.0% respondió que es aproximadamente 10% más alto. El 16.7% de restaurantes dijo tener precios más altos en un porcentaje superior a 30% en aplicaciones.

Figura 28. Aproximadamente ¿qué en qué porcentaje los precios de su menú en aplicaciones digitales son más altos que los que ofrece en su establecimiento?

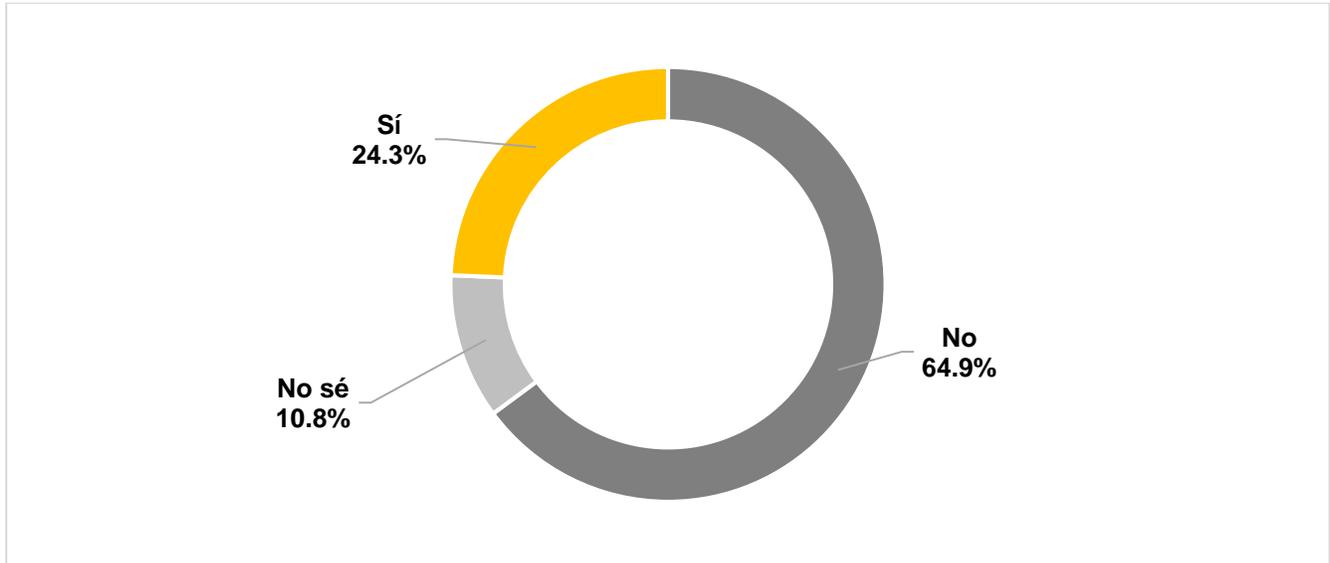


Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

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

El 24.3% de los restaurantes respondieron haber aumentado los precios ofrecidos en las aplicaciones en los últimos tres meses.

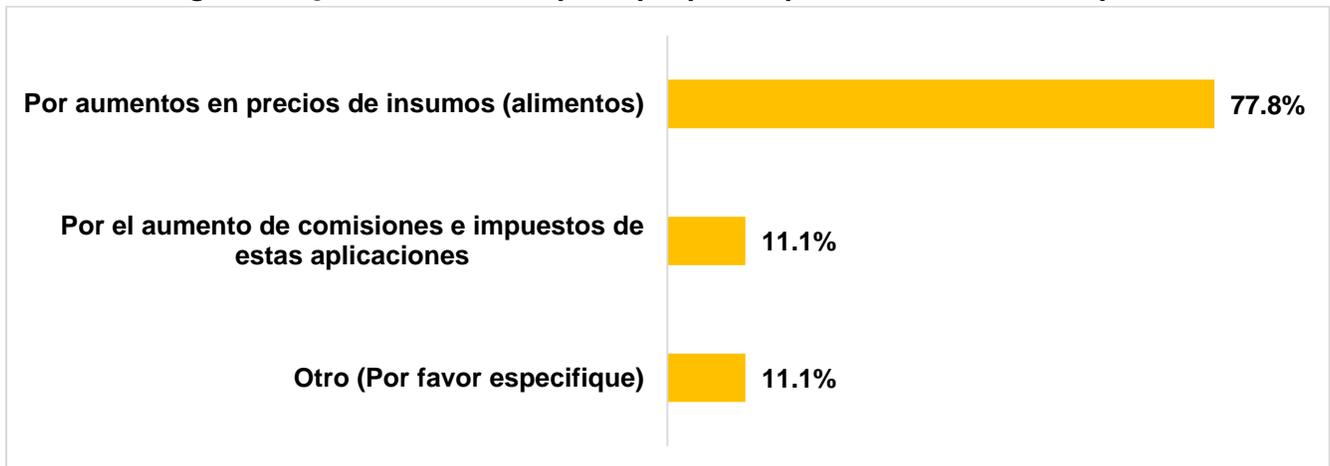
Figura 29. ¿Ha aumentado los precios ofrecidos en el menú de la aplicación en los últimos 3 meses?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

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 77.8% de las respuestas de quienes contestaron que aumentaron sus precios en el menú de aplicaciones.

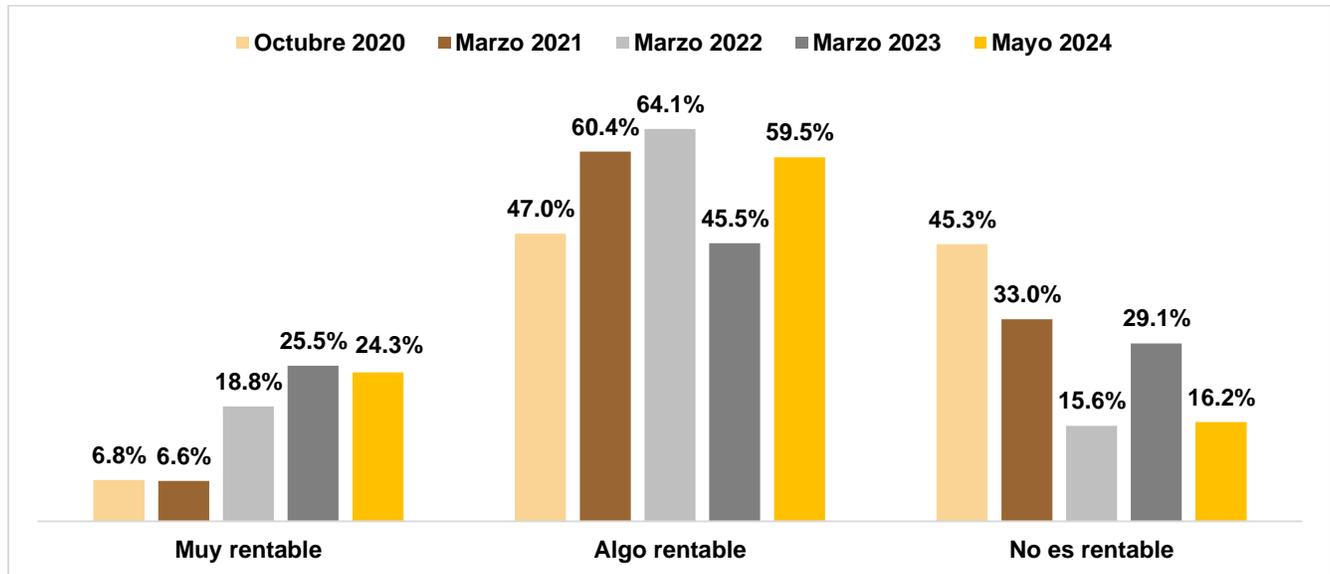
Figura 30. ¿Cuál es la razón principal por la que ha aumentado sus precios?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

El 16.2% de los negocios mencionaron que no les era rentable el uso de estas plataformas en mayo de 2024, una reducción considerable con respecto a marzo de 2023 cuyo porcentaje fue de 29.1%. En mayo de 2024 el 24.3% mencionó que la venta a través de aplicación es muy rentable, mientras que el 59.5% refirió que es algo rentable.

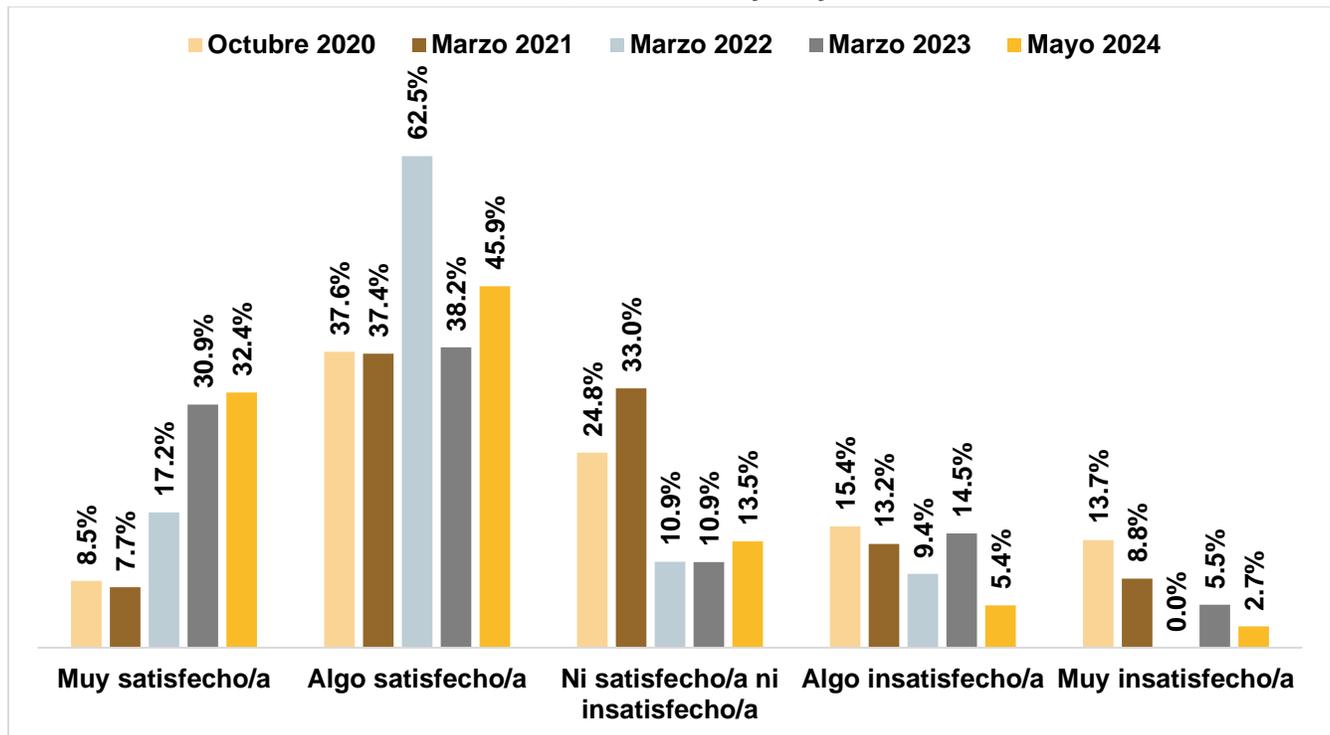
Figura 31. ¿Qué tan rentable considera que le es vender a través de aplicaciones para pedir comida a domicilio?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

De marzo de 2023 a mayo de 2024, la proporción de restaurantes que dijeron estar muy satisfechos con las aplicaciones de entregas de comida a domicilio aumentó de 30.9% a 32.4%. El porcentaje que menciona estar algo satisfecho también presentó un incremento al pasar de 38.2% a 45.9% en este periodo. Por otro lado, disminuyó el porcentaje de restaurantes que mencionaron tener algún nivel de insatisfacción, pasando de 20.0% en marzo de 2023 a 8.1% en mayo de 2024.

Figura 32. 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 mayo 2024.



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

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 37.5% de las respuestas de quienes contestaron que no están satisfechos con el servicio que proporcionan. Se observa una disminución en el porcentaje de personas que mencionan las altas comisiones como la principal causa de insatisfacción con las aplicaciones, al reducir progresivamente desde un 77.8% observado en octubre de 2020. Por otra parte, la preocupación porque el cliente tarda mucho tiempo en recibir su pedido ha aumentado de 5.9% el año anterior a 25.0% en este año.

Figura 33. ¿Cuál es la principal razón por la que no está satisfecho con el servicio que proporcionan estas aplicaciones?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

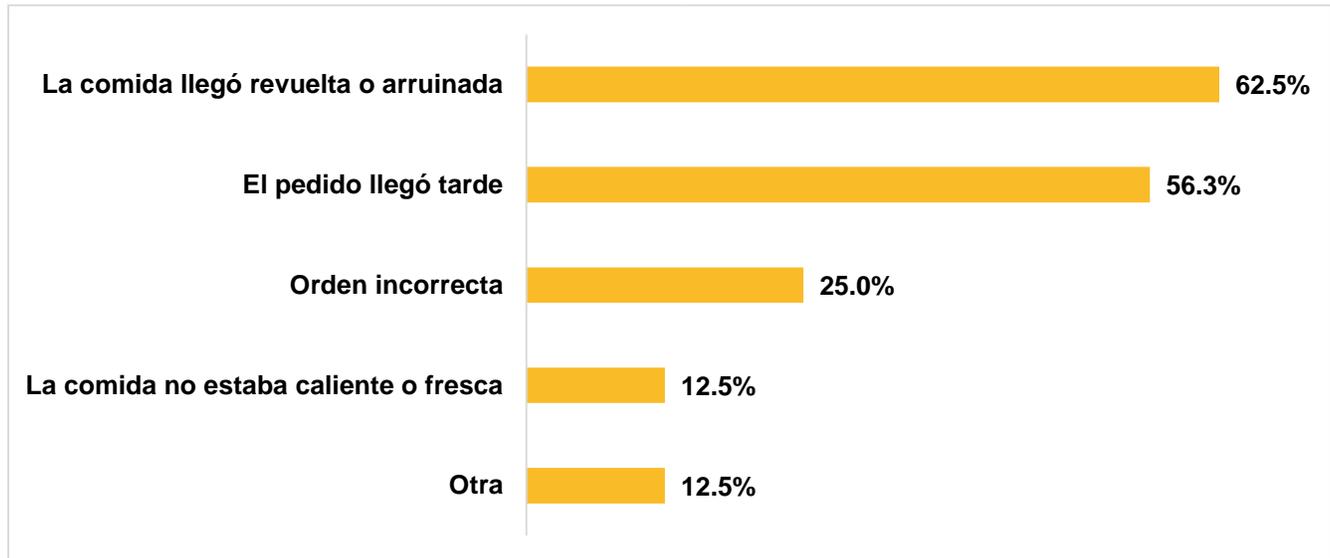
Tabla 6. ¿Cuál es la principal razón por la que no está satisfecho con el servicio que proporcionan estas aplicaciones?

Razón	Octubre 2020	Marzo 2021	Marzo 2022	Marzo 2023	Mayo 2024
Altas comisiones	77.8%	72.0%	69.2%	52.9%	37.5%
Mala actitud de los repartidores	0.0%	0.0%	0.0%	11.8%	12.5%
Mal servicio al cliente por parte de la aplicación	3.2%	0.0%	7.7%	11.8%	0.0%
Falta de control sobre la entrega de comida	6.3%	8.0%	15.4%	5.9%	12.5%
Cliente tarda mucho tiempo en recibir su pedido	1.6%	2.0%	0.0%	5.9%	25.0%
Pedidos incorrectos	1.6%	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Otra	9.5%	16.0%	7.7%	11.8%	12.5%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

El 43.2% 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 62.5% de las menciones, seguida de que el pedido llegó tarde con 56.3% y que la orden no fue correcta con 25.0%.

Figura 34. ¿Cuáles son las quejas que comúnmente recibe de los clientes por el uso de estas aplicaciones?



Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

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	Mayo 2024
La comida llegó revuelta o arruinada	24.8%	66.7%	36.8%	52.4%	62.5%
El pedido llegó tarde	41.0%	54.5%	63.2%	47.6%	56.3%
Orden incorrecta	10.3%	18.2%	31.6%	19.0%	25.0%
La comida no estaba caliente o fresca	15.4%	33.3%	15.8%	14.3%	12.5%
Otro	7.7%	6.1%	5.3%	14.3%	12.5%
El restaurante ignoró las notas o instrucciones	2.6%	6.1%	0.0%	4.8%	0.0%
Los precios no eran precisos o eran confusos	0.0%	6.1%	5.3%	4.8%	0.0%
Pedidos incompletos	0.0%	3.0%	5.3%	0.0%	0.0%
Poca comida	0.0%	3.0%	0.0%	0.0%	0.0%

Fuente: IIEG, Encuesta a restaurantes, mayo 2024.

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

3 Conclusiones

Los resultados de la encuesta a restaurantes levantada en mayo de 2024 arrojan conclusiones importantes, algunas de las cuales se presentan a continuación.

La primera conclusión es que se observa una disminución progresiva en la proporción de restaurantes que venden por medio de aplicaciones digitales de entrega a domicilio. En octubre de 2020 esta cifra se ubicaba en 22.9%, mientras que para marzo de 2022 esta cifra disminuyó a 14.6% y en mayo de 2024 el porcentaje de establecimientos que venden por medio de estas aplicaciones cayó a 9.6%. Dentro de las razones por las cuales los restaurantes mencionan que no utilizan estas aplicaciones destaca el hecho de que no les interesan o no les dan confianza con 41.1%, seguido de las altas comisiones o que no les es rentable con un 23.2%.

En cuanto al uso de las distintas aplicaciones, se encuentra que se suelen usar las plataformas de DiDi Food, Rappi y Uber Eats en la misma proporción, al mismo tiempo que la mayoría utiliza dos o tres aplicaciones, mientras que el 35.1% utiliza solo una aplicación. Por un lado, se encuentra que DiDi Food es la aplicación que más ingresos genera mientras, por otro lado, se identifica que Uber Eats es la aplicación favorita por los restaurantes. Se reconoce una caída en la generación de ingresos a través de Rappi al igual que la preferencia por esta aplicación. También se detecta un incremento en el desconocimiento del porcentaje de los ingresos del establecimiento que se deben a los pedidos a través de estas aplicaciones, al igual que aumentó el desconocimiento de qué aplicación cobra las menores comisiones.

Por otra parte, el porcentaje de usuarios de las aplicaciones de entrega de comida a domicilio que mencionan estar muy satisfechos muestra un aumento progresivo pasando de 7.7% en marzo de 2021 a 32.4% en mayo de 2024. Asimismo, el porcentaje de usuarios que está algo o muy satisfechos se incrementó de 69.1% en marzo de 2023 a 78.4%, mientras que la cantidad de usuarios que manifiestan que está algo o muy insatisfechos disminuyó de 20.0% en marzo de 2023 a 8.1% en mayo de 2024.

Anexo. Nota metodológica

A1. Diseño conceptual de la encuesta

El objetivo principal del estudio es conocer el grado de uso de las plataformas digitales de entrega de comida en los restaurantes de Jalisco que permita delinear acciones para la toma de decisiones.

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 2023, 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 464 encuestas completas a restaurantes, lo que representa el 97.1% 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. Por este medio se encuestaron a 14 restaurantes, esto es, 2.9% 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 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 464 restaurantes encuestados, que arroja un margen de error de 4.52% y un nivel de confianza del 95% considerando un universo de 41,104 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 14 encuestas con los correos enviados por el IIEG.

Por lo tanto, en total, se levantaron 478 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 2 al 17 de mayo de 2024.

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 **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**)
 - No sé (pase a la pregunta **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**)
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)

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

15. ¿Su establecimiento cuenta con repartidores propios? (se pregunta solo si en la 11 contestaron “Entrega a domicilio”)
- Sí
 - No (pase a la pregunta 17)
 - No sé (pase a la pregunta 17)
16. ¿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 11 contestaron “Entrega a domicilio” u “Ordena y recoja (el cliente pasa por su alimento al establecimiento)”))
- Sí (pase a la pregunta 19)
 - No
 - No sé (fin de la encuesta)
18. ¿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)
19. ¿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)

20. 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?

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

- Lista despegable

22. ¿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

23. 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

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

- Sí
- No (pase a la pregunta 26)
- No sé (pase a la pregunta 26)

25. Aproximadamente ¿qué porcentaje?

- Lista despegable

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

- Sí
- No (pase a la pregunta 29)
- No sé (pase a la pregunta 29)

27. Aproximadamente ¿qué porcentaje?

28. ¿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)

29. ¿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

30. 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 32)
- Algo satisfecho/a (pase a la pregunta 32)
- Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a
- Algo insatisfecho/a
- Muy insatisfecho/a

31. ¿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)

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

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



33. ¿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

