

# Motivos y horarios de uso de las aplicaciones de delivery de comida

## Motives and Usage Hours of Food Delivery Apps

Ángel André Infante Plaza

Pontificia Universidad Católica. Manabí, Ecuador

[ainfante3565@pucesm.edu.ec](mailto:ainfante3565@pucesm.edu.ec)

<https://orcid.org/0000-0002-3709-6347>

### Resumen

En los últimos años, las aplicaciones de delivery aumentaron su uso debido al crecimiento tecnológico y sobre todo a la necesidad de las personas de no salir de casa; esto con el fin de tener más comodidad a la hora de pedir comida haciendo pedidos a domicilio, por lo cual varias empresas crearon o potenciaron diferentes aplicaciones con el fin de satisfacer a ese público específico. El objetivo de esta investigación es conocer cuáles son los motivos y las frecuencias de uso de las aplicaciones de delivery, se tomó como referencia de tiempo a las usadas en el periodo que contempló del 1 al 15 de octubre del 2022. La investigación realizada fue de tipo descriptiva con enfoque cuantitativo, se aplicó una encuesta como técnica de investigación a 180 personas de la ciudad de Guayaquil, cuyo requisito fue haber usado una aplicación de delivery de comida; aplicando un muestreo no probabilístico. El análisis de resultados determinó que las personas utilizan aplicaciones de delivery por las diferentes opciones de comida que tienen al momento de pedir y el horario que más las usan contemplan de tarde con un 49,44%. Un resultado adicional de la investigación determina que Pedidos Ya fue la aplicación de comida más utilizada con un 37,22% del total de los encuestados.

*Palabras clave:* aplicaciones, domicilio, tecnología, compras.

Artículo



Sapientia TECHNOLOGICAL  
Revista científica.

e-ISSN: 2737-6400



Atribución/Reconocimiento-  
NoComercial-CompartirIgual 4.0

Licencia Pública Internacional CC  
**BY-NC-SA 4.0**

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode.es>

Julio - Diciembre 2023 Vol. 4 No. 2

<https://sapieniatechnological.aitec.edu.ec>

Recepción: 03 de abril 2023  
Aceptación: 03 de agosto 2023

Pág.: 17-25

### Abstract

In recent years, delivery applications have increased in use due to technological growth and, above all, the need for people not to leave their homes; this in order to have more comfort when ordering food by ordering at home, for which several companies created or promoted different applications in order to satisfy that specific audience. The objective of this investigation is to know what are the reasons and the frequencies of use of the delivery applications, the time reference was taken to those used in the period that contemplated from October 1 to 15, 2022. The investigation carried out was descriptive type with a quantitative approach, a survey was applied as a research technique to 180 people from the city of Guayaquil, whose requirement was to have used a food delivery application; applying non-probabilistic sampling. The analysis of results determined that people use delivery applications due to the different food options they have at the time of ordering and the time they use them the most, they consider afternoon with 49.44%. An additional result of the investigation determines that Pedidos Ya was the most used food application with 37.22% of the total respondents.

*Keywords:* apps, delivery, technology, purchases.

### Introducción

Una de las estrategias que se han implementado en los últimos años, dentro del sector de comidas, es la de entrega a domicilio o también denominado “servicio de delivery”, la cual consiste en enviar los productos hasta la comodidad de los hogares de sus clientes (El Universo, 2021). El Comercio (2018) indica que las aplicaciones de delivery de comida son utilizadas debido a los beneficios que estas brindan a los usuarios, en las que se destaca el no salir de casa, la comodidad, y sobre todo por no preocuparse a la hora de preparar o comer alimentos en reuniones familiares o de trabajo. Además, cada usuario tiene su aplicación de delivery de comida preferida, además de sus motivos y horarios de uso.

En este artículo se realizará una investigación de tipo descriptiva, basada en la técnica de la encuesta para conocer los motivos y horarios de uso de las aplicaciones de delivery de comida, tomando como referencia a personas que las hayan utilizado del 1 al 15 de octubre del 2022.

### Aplicaciones de delivery de comida

Para Camino Financial (2023) estas aplicaciones permiten que sus usuarios reciban la entrega de cualquier tipo de comida en sus casas. BBVA (2019) indica que las aplicaciones de delivery han transformado el sector de los restaurantes y entregas a

domicilio, además que incrementan la rentabilidad de los negocios. Según Ekos (2022) las aplicaciones de delivery de comida generan valor para el usuario, a través de la simplificación de procesos de búsqueda, compra, pago y entrega. Sandoval et al. (2021), indican que las aplicaciones de delivery les permite a los negocios ser populares ara captar clientes y sin pagar demasiado por una campaña publicitaria. El Universo (2021) menciona que uno de los factores que ha ayudado al crecimiento de las aplicaciones fue la pandemia del Covid -19, por la recomendación que se daba respecto a quedarse en casa; además que en ese momento la demanda de servicio de aplicaciones de domicilio se disparó y aumentaron los pedidos.

Los restaurantes tienen muchos beneficios al contar con una aplicación de delivery de comida, un punto importante que menciona Fudo (2021) es que las aplicaciones de delivery permiten acceder a una mayor cantidad de público, en un radio mucho más amplio del que en general se puede abarcar sin toda la logística que estas aplicaciones ofrecen. Giles (2020) indica que las aplicaciones de delivery permiten a los restaurantes abarcar más segmentos de clientes y de cualquier ubicación para poder seguir vendiendo sus productos.

Sin duda para los restaurantes, estar presente en una aplicación de delivery de comida constituye una oportunidad de presencia y a su vez de obtener más clientes, teniendo en cuenta la era tecnológica en la cual nos encontramos; tal como Soft Restaurant (2019) indica que el uso de la tecnología en los restaurantes siempre será un diferenciador en el servicio; además que se apega al nuevo estilo o comportamiento del consumidor.

### **Comportamiento del consumidor**

Las aplicaciones de delivery de comida constituyen actualmente un activo tecnológico muy importante para los restaurantes, esto se tiene en cuenta debido a los cambios del comportamiento del consumidor y específicamente a las necesidades que son cada vez cambiantes. Los consumidores buscan satisfacer un deseo o necesidad a través del consumo de un producto o un servicio (Ramírez, Otero, & Wilson, 2014).

Para Infante y Fernández (2023) el consumidor ahora es online y evita ir a tiendas físicas para hacer una compra, por lo que para los restaurantes estar en una aplicación de delivery es importante. El comportamiento de consumidor a raíz de la pandemia cambió mucho, esto se debe tomar en cuenta al tema tecnológico y práctico, ya que es más rápido hacer pedidos de comida a través de una aplicación. Según Sánchez (2015) el consumidor es ahora digital, busca varios canales de comunicación y a su vez atención al cliente las 24 horas, además que todas sus compras las hace a través de webs y aplicaciones. Por otro

lado, Revista Lideres (2020) indica que por el confinamiento el consumidor cada vez demandó más opciones digitales y las empresas tuvieron que adaptarse a estos cambios.

### **Metodología**

En este artículo se realizó una investigación descriptiva con enfoque cuantitativo basada en la técnica de la encuesta. La investigación se realizó en 2 etapas, como primera etapa se destaca la parte documental, recopilando información sobre el tema investigado y la segunda etapa fue de campo, basándose en el desarrollo de la encuesta. La muestra se utilizó aplicando un muestreo no probabilístico por conveniencia, tomando como referencia a 180 personas ubicadas en la ciudad de Guayaquil, cuyo criterio de inclusión fue haber usado una aplicación de delivery de comida en el tiempo del 1 al 15 de octubre del 2022. Ortiz (2015) menciona que una encuesta es una técnica de investigación que permite tener información sobre una muestra representativa. Se escogió una encuesta debido a que se buscó conocer con respuestas rápidas las opiniones de los encuestados.

Además, Tesis de cero a 100 (2022) menciona que una de las ventajas de la encuesta, es que hace que la recolección de datos sea flexible y cómoda. Se realizó un cuestionario con 6 preguntas cerradas, las cuales se las establecieron de manera directa para que los encuestados puedan responder en base a las opciones brindadas.

Para Esteban (2003) las preguntas cerradas pueden ser un instrumento útil, ya que esto permite una rápida tabulación. Las preguntas estaban relacionadas a conocer cuáles son los motivos y horarios de uso de las aplicaciones de delivery de comida. La encuesta fue realizada en google forms, para facilitar el envío y recepción de la información. El desarrollo de la encuesta se trabajó en 3 etapas: iniciando por el desarrollo de las preguntas, que en este caso se escogieron cerradas; el envío del cuestionario a las personas cuyas características era haber usado una aplicación de delivery, la tabulación de los datos y posteriormente el análisis e interpretación para la elaboración de los resultados y conclusiones.

### **Resultados**

Para realizar esta investigación se aplicó una encuesta de 6 preguntas, las cuales nos dieron los siguientes resultados teniendo en cuenta a quienes hayan hecho pedidos de delivery de comida en el tiempo del 1 al 15 de octubre del 2022.

Pregunta 1. Seleccione su género

**Tabla 1***Género de los encuestados*

<b>Género</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	73	40,56%
Femenino	107	59,44%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Respuestas obtenidas de la encuesta realizada, elaboración propia.

De acuerdo a los datos obtenidos, reflejan que la mayor parte de los encuestados son de género femenino con un 59,44%, seguidos de masculino con un 40,56%.

Pregunta 2. Seleccione su edad

**Tabla 2***Rango de edad de los encuestados*

<b>Edades</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
16 a 25	12	6,67%
26 a 35	74	41,11%
36 a 45	67	37,22%
46 a 55	19	10,56%
56 a 65	8	4,4%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Respuestas obtenidas de la encuesta realizada, elaboración propia.

Los resultados que refleja la tabla, nos muestran que las personas contempladas de 26 a 35 años fueron las que más respondieron la encuesta con un 41,11%.

Pregunta 3. ¿Cuál es la aplicación de delivery de comida que más usó en los últimos 15 días?

**Tabla 3***Aplicaciones de delivery de comida utilizadas*

<b>Aplicaciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Glovo	33	18,33%
Pedidos Ya	67	37,22%
Picker	10	5,56%
Rappi	25	13,89%
Uber Eats	33	18,33%
Appedir	12	6,67%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Respuestas obtenidas de la encuesta realizada, elaboración propia.

Los datos nos muestran que tanto Pedidos Ya es la aplicación que más se usó con el 37,22% del total de respuestas.

Pregunta 4. ¿Por qué motivo ha usado la aplicación de delivery seleccionada? Selecciona la opción de más importancia.

**Tabla 4**

*Motivo de uso de la aplicación de delivery de comida*

Motivo	Frecuencia	Porcentaje
Por las ofertas y promociones	37	20,56%
Seguridad en los pagos y entregas	30	16,67%
Tiene el restaurante favorito	44	24,44%
Opciones de comida	51	28,33%
Métodos de pago	18	10%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Respuestas obtenidas de la encuesta realizada, elaboración propia.

Uno de los motivos más preferidos de usar las aplicaciones de delivery de comida es que tienen varias opciones de comida, la cual tiene el 28,33% que tuvo como respuesta de los encuestados.

Pregunta 5. ¿En qué horario del día generalmente ha realizado su pedido en la aplicación de delivery de comida?

**Tabla 5**

*Horario de uso de la aplicación de delivery de comida*

Horario	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	35	19,44%
Tarde	89	49,44%
Noche	56	31,11%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Respuestas obtenidas de la encuesta realizada, elaboración propia.

El horario de la tarde tiene el 49,44 % del total de los resultados de la encuesta, siendo el momento de más uso de las aplicaciones de delivery de comida.

## Discusión

De acuerdo a los resultados que se obtuvieron en la investigación, es importante mencionar que todos los restaurantes deben estar en las diferentes aplicaciones de delivery, ya que esto les ayudará a tener un canal más para comunicar sus menús para conseguir más clientes y generar ventas. Strasser y Morales (2022) mencionan que el uso de las aplicaciones de delivery de comida han favorecido al sector comercial, esto se debe a

todas las ventajas que permiten teniendo en cuenta al uso que le dan los usuarios. A su vez en su investigación Mitali (2019) explica que, al hacer una entrega satisfactoria, se fomenta la fidelidad de los clientes hacia los restaurantes y por ende aumento de ventas; ya que esto genera una promoción para nuevos clientes.

### Conclusiones

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos de la investigación realizada, haciendo mención al uso de aplicaciones de delivery de comida, se determinó que la variedad de opciones de comida es la mayor razón de uso por parte de los encuestados. También mencionar que el horario de la tarde es el más preferido para hacer los pedidos y como dato adicional se pudo constatar que la aplicación de delivery más usada en el periodo investigado fue Pedidos Ya.

Por último, es importante mencionar y destacar que, en base al estudio realizado, se constata que las aplicaciones de delivery son una herramienta muy importante para los restaurantes, como parte del uso de la tecnología que les va a permitir llegar a más personas.

### Referencias Bibliográficas

BBVA (2019, 14 de junio). *Cómo las aplicaciones móviles han transformado el sector de la restauración y la entrega a domicilio*. Open Mind BBVA.

<https://www.bbvaopenmind.com/economia/empresa/como-las-aplicaciones-moviles-han-transformado-el-sector-de-la-restauracion-y-la-entrega-a-domicilio/>

Camino Financial (2023, 19 de junio). *Apps de comida a domicilio para tu restaurante*.

<https://www.caminofinancial.com/es/apps-de-comida/#:~:text=Estas%20aplicaciones%20permiten%20que%20sus,de%20cualquier%20tipo%20de%20comida>

El Comercio (2018, 22 de agosto). *Cinco razones para usar una app de delivery*.

<https://elcomercio.pe/tecnologia/moviles/moviles-cinco-razones-app-delivery-noticia-549629->

[noticia/#:~:text=Los%20servicios%20de%20delivery%20ahora,las%20colas%20en%20los%20establecimientos](#)

El Universo (2021, 2 de abril). *Las apps de entrega de comida a domicilio que podemos usar en Ecuador*. <https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/las-apps-de-entrega-de-comida-a-domicilio-que-podemos-usar-en-ecuador-nota/>

Ekos (2022, 1 de abril). *Aplicaciones de Delivery en Ecuador en 2022*. <https://www.ekosnegocios.com/articulo/aplicaciones-de-delivery-en-ecuador-en-2022>

Esteban, R. Á. (2003). Las preguntas de respuesta abierta y cerrada en los cuestionarios. *Análisis estadístico de la información. Metodología de encuestas*, 5(1), 45-54. <https://n9.cl/xvhnu>

Fudo (2021, 10 de septiembre). *Pros y contras de las Apps de Delivery: ¿Cómo alcanzar más ventas y no perder dinero?* <https://blog.fu.do/pros-y-contras-de-las-apps-de-delivery-c%C3%B3mo-alcanzar-m%C3%A1s-ventas-y-no-perder-dinero>

Giles, C. A. (2020). Recomendaciones para las MIPyMES. ¿Qué hacer para sobrevivir a la pandemia del COVID-19? *NotasEstratégicas*, (86), 1-13. <http://bibliodigitalibd.senado.gob.mx/handle/123456789/4845>

Infante Plaza, A., & Vidal Fernández, P. (2023). Main reasons for buying through an ecommerce. *MktDESCUBRE*, 1(21), 157 - 163. <http://revistas.esPOCH.edu.ec/index.php/mktdescubre/article/view/816>

Mitali, G. (2019). A Study on Impact of Online Food Delivery App on Restaurant Business. Special Reference to Zomato and Swiggy. *International Journal of Research and Analytical Reviews*, 6(1), 889-893. [http://ijrar.com/upload\\_issue/ijrar\\_issue\\_20542895.pdf](http://ijrar.com/upload_issue/ijrar_issue_20542895.pdf)

Ortiz, G. (2015). La Encuesta-Definición, diseño y operacionalización. *Técnicas de*

*Investigación Cuantitativas y Cualitativas.*

Ramírez, D., Otero, M., & Wilson, P. (2014). Comportamiento del consumidor turístico.

*Criterio Libre*, 12(20), 165-183. <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2014v12n20.187>

Revista Lideres (2020, 8 de octubre). *El desarrollo y descargas de 'apps' se incrementaron.*

<https://www.revistalideres.ec/lideres/desarrollo-descargas-apps-incrementaron-consumo.html>

Sánchez Aspajo, P. (2015). El consumidor en la era digital.

Sandoval Damián, J. M., Serralde Coloapa, J. L., & Acosta Gonzaga, E. (2021). Apps de entrega a domicilio en CDMX: estrategia restaurantera de ventas para sobrevivir a la pandemia. *RIDE Revista Iberoamericana Para La Investigación Y El Desarrollo Educativo*, 12(23). <https://doi.org/10.23913/ride.v12i23.1104>

Soft Restaurant (2019, 1 de febrero). *7 beneficios de usar una aplicación para servicio a domicilio en tu restaurante.* <https://softrestaurant.com/blog-restaurantero/455-7-beneficios-de-usar-una-aplicacion-para-servicio-a-domicilio-en-tu-restaurante>

Strasser López, D., & Morales Villacis, M. (2022). Factores que inciden en el uso de apps de delivery para la compra de comida rápida en la ciudad de Guayaquil. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), 1180-1197. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i2.1946](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.1946)