

# Consumo digital en gastronomía marplatense

---

Mar del Plata, octubre 2023



UNIVERSIDAD  
**FASTA**

FACULTAD DE  
**CIENCIAS  
ECONÓMICAS**



**Observatorio  
Universitario  
de la Ciudad**

# CONSUMO DIGITAL EN GASTRONOMÍA MARPLATENSE

---

Mar del Plata, octubre 2023

## Coordinación

Gabriel Coronello Aldao

Lic. Damián Di Tizio

## Investigación y análisis

Lic. Mónica Pascual

Prof. Santiago Cueto

Lic. María Luján Cazenabe

Sebastián Romani

Lic. Leticia Brea

Julieta Campero

## Agradecimiento

Ing. Leandro Vega



FACULTAD DE  
**CIENCIAS  
ECONÓMICAS**



**Observatorio  
Universitario**  
de la Ciudad

# INTRODUCCIÓN

---

En el marco de la colaboración entre el Programa de Fortalecimiento para el Desarrollo Organizacional de la Universidad FASTA y la Facultad de Ciencias Económicas, con la participación de la cátedra "Dirección y Coaching de Ventas" y el Observatorio Universitario de la Ciudad, se ha emprendido el proyecto "Percepción e Impacto del Consumo Digital en la Economía Marplatense".

El objetivo de este proyecto es evaluar la percepción y el impacto del uso de las tecnologías digitales en el sector gastronómico de Mar del Plata.

Con este propósito, se llevó a cabo una investigación destinada a determinar el grado de influencia de la tecnología en las actividades gastronómicas que previamente no estaban digitalizadas, y cómo esto afecta los hábitos y comportamiento de los clientes, tanto turistas como residentes de la ciudad.

Para lograr estos objetivos, se seleccionó una muestra de 200 establecimientos de servicios y provisión gastronómica, que cuentan con un espacio de atención al público (como bares, cafeterías, cervecerías, restaurantes y confiterías).

Esta muestra fue balanceada en términos de ubicación geográfica, grado de concentración y afluencia de público.

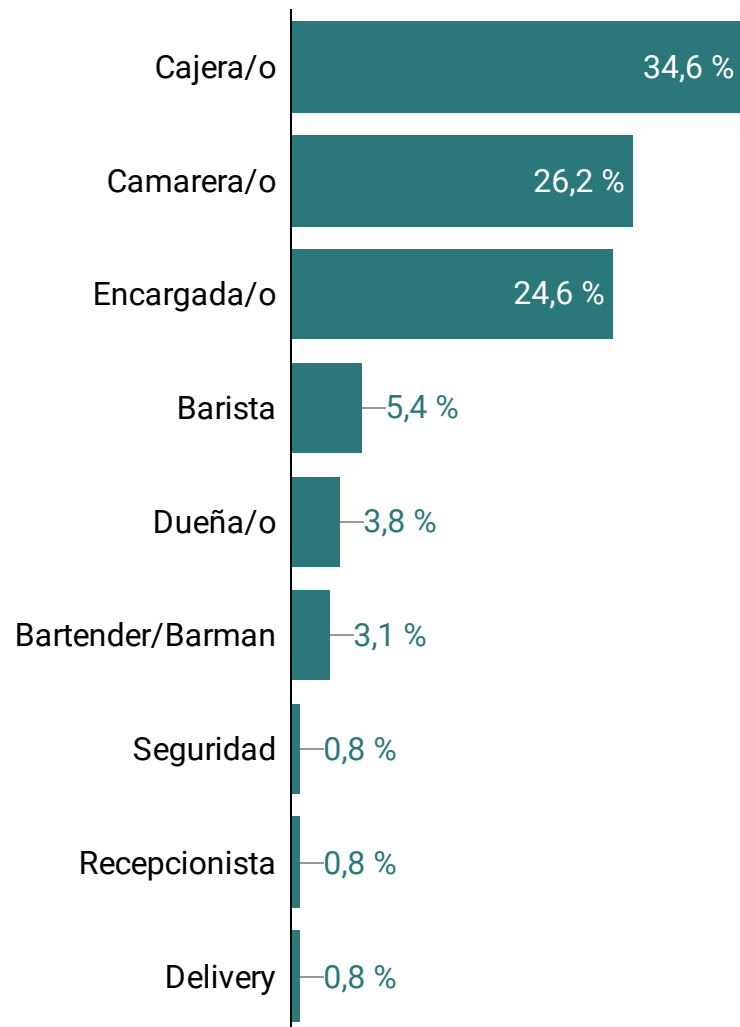
Los resultados de esta investigación buscan identificar las diferencias en el comportamiento de los clientes, tanto turistas como residentes, en relación con el uso de aplicaciones para ver cartas, menús, realizar reservas o pagos digitales.

Asimismo, se pretende entender cómo los negocios gastronómicos afrontan la creciente demanda de consumo digital, cuáles son los obstáculos y ventajas que encuentran, cómo se promocionan en este entorno digital y cómo se desenvuelve este mercado en aras de planificar estrategias comerciales futuras.

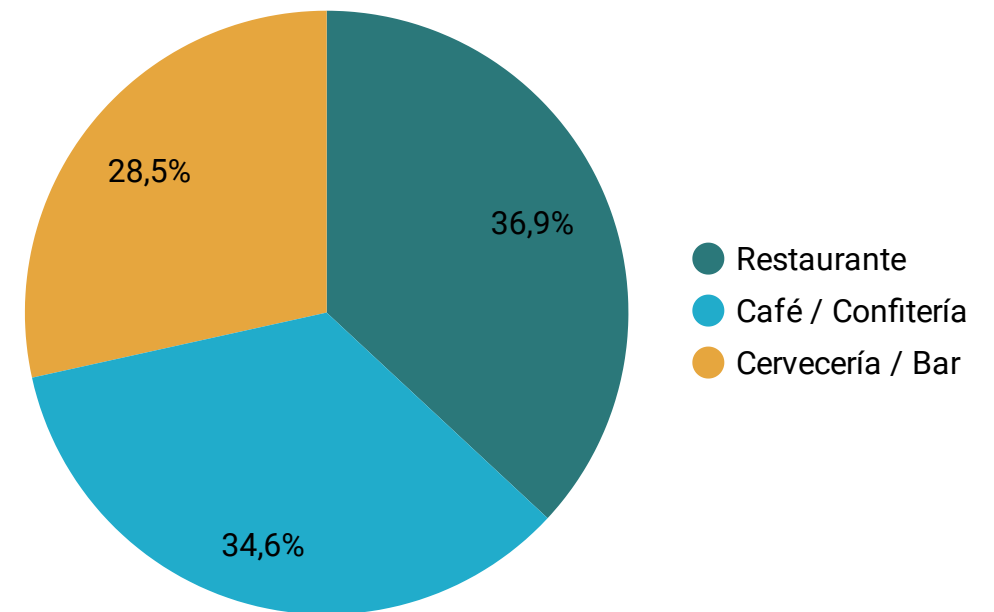


# PERFIL DE LA MUESTRA

## Puesto del encuestado



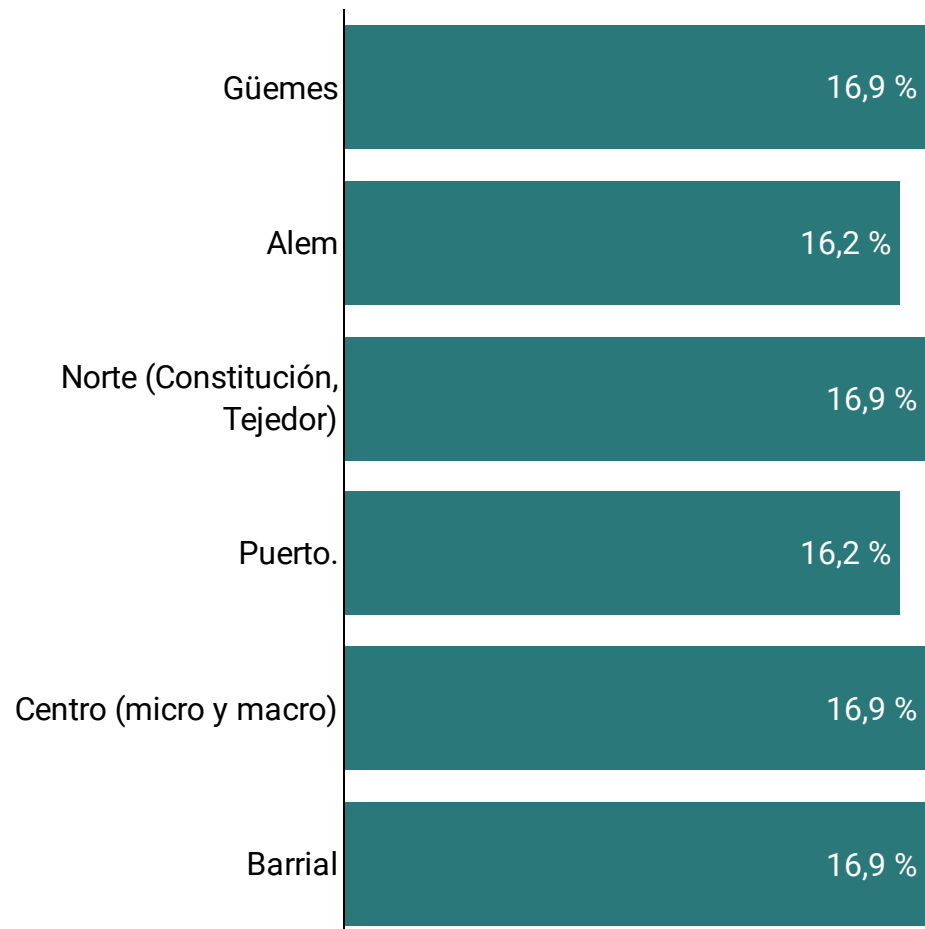
## Tipo de establecimiento



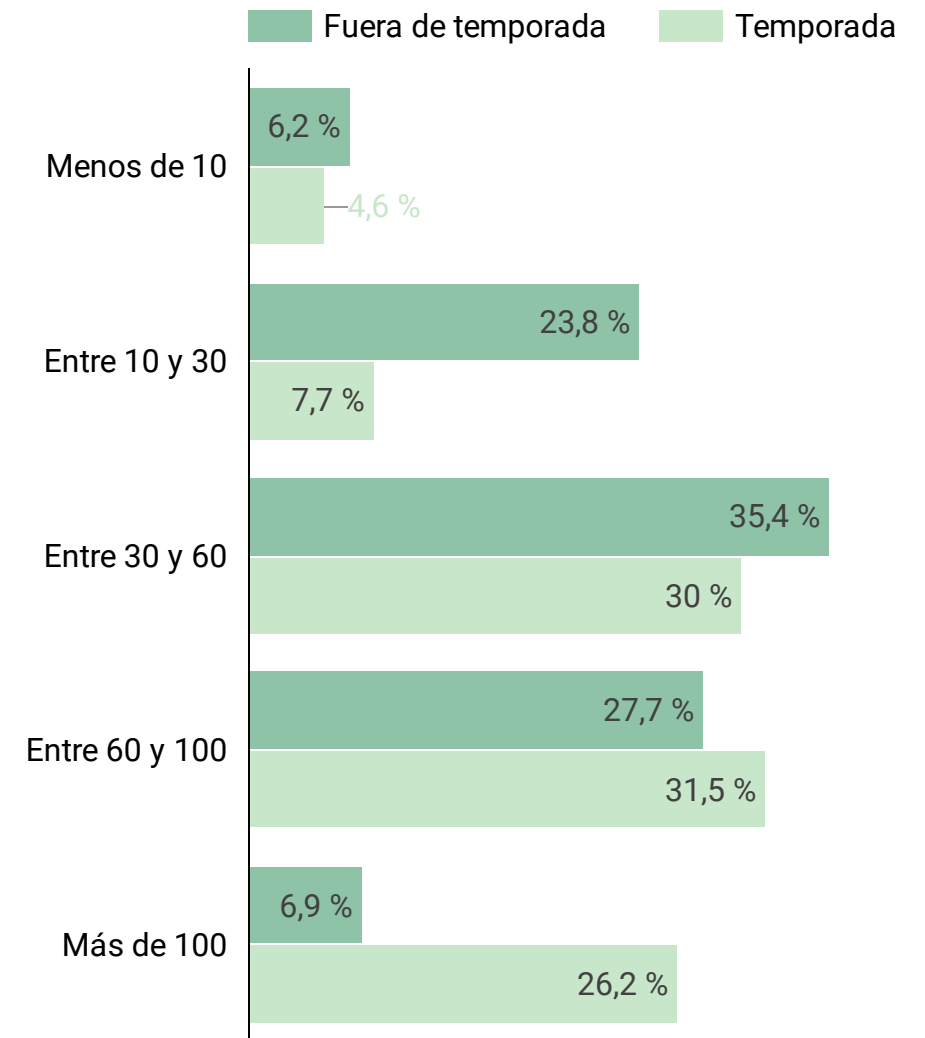


# PERFIL DE LA MUESTRA

## Ubicación del establecimiento



## Cantidad de cubiertos

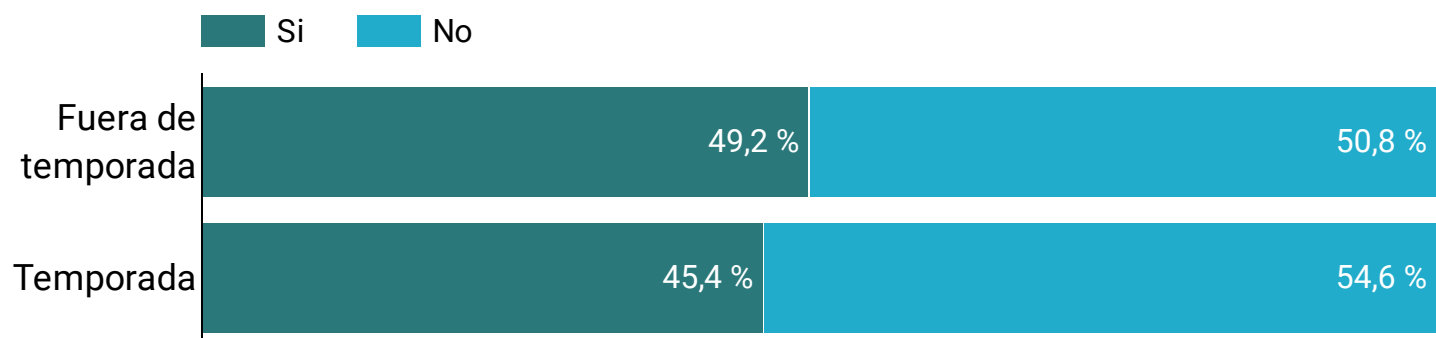


6

\* Temporada: incluye decks no calefaccionados, patios, terrazas

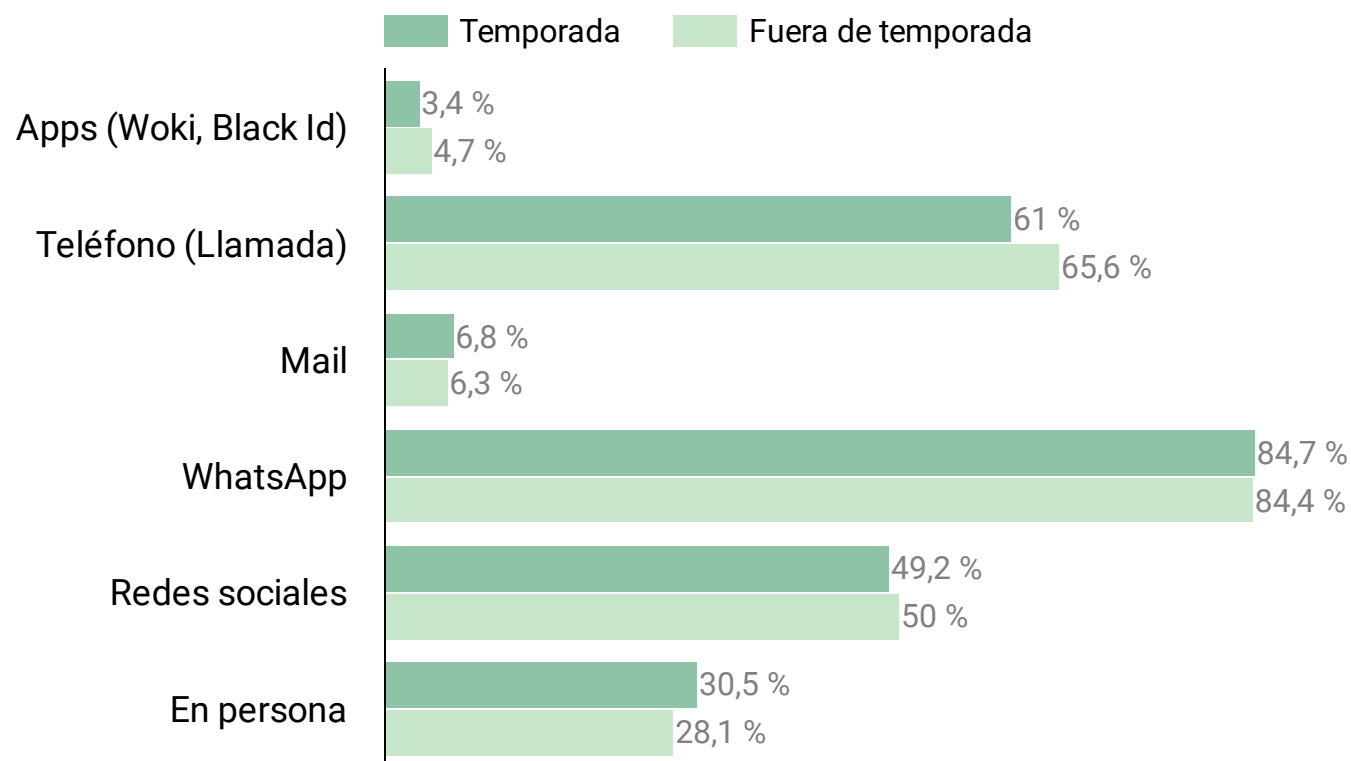
# CONSUMO DIGITAL EN GASTRONOMÍA

## ¿Toma reservas?



Se observa que aproximadamente la mitad de los establecimientos relevados toma reservas en ambas épocas del año. No obstante la cifra es ligeramente mayor fuera de temporada.

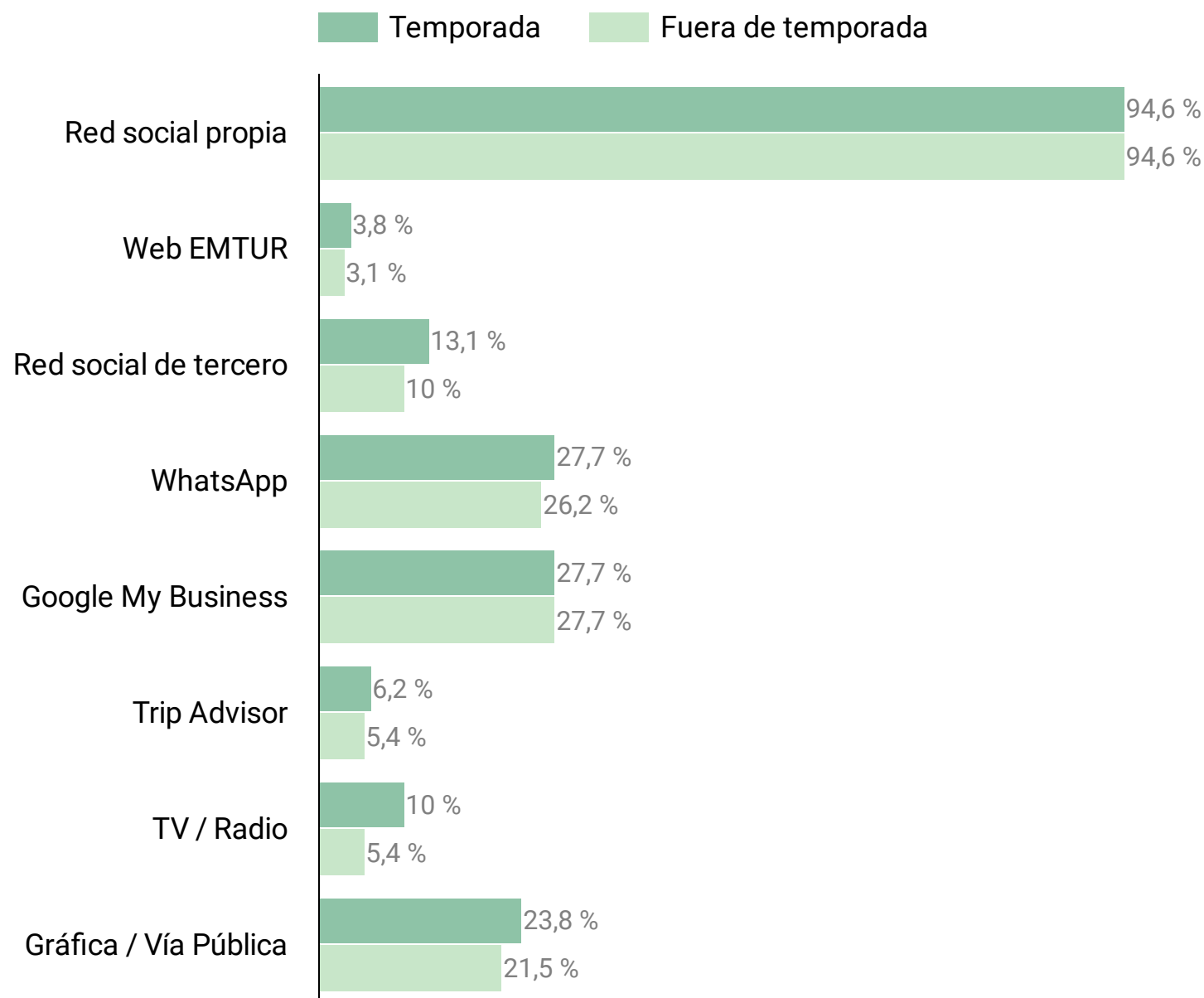
## ¿A través de qué medios?



Los medios más utilizados para hacerlo son WhatsApp, llamadas telefónicas y redes sociales.

# CONSUMO DIGITAL EN GASTRONOMÍA

¿En qué medio se promociona el establecimiento?



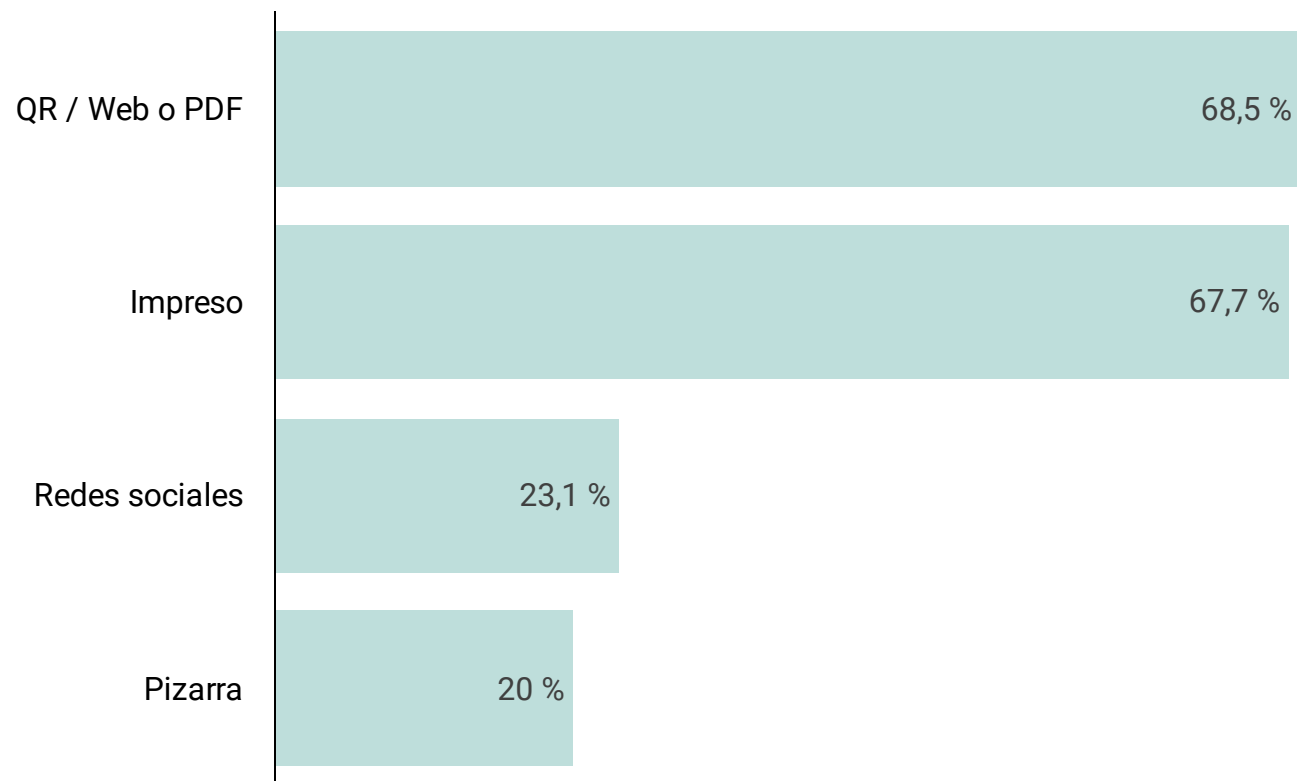
El medio utilizado con mayor frecuencia para promocionar a los establecimientos son las redes sociales.

Se observa una amplia utilización de este recurso, el cual fue mencionado por el 94,6% de los encuestados.

# CONSUMO DIGITAL EN GASTRONOMÍA

---

¿En qué formato tiene el menú / carta?

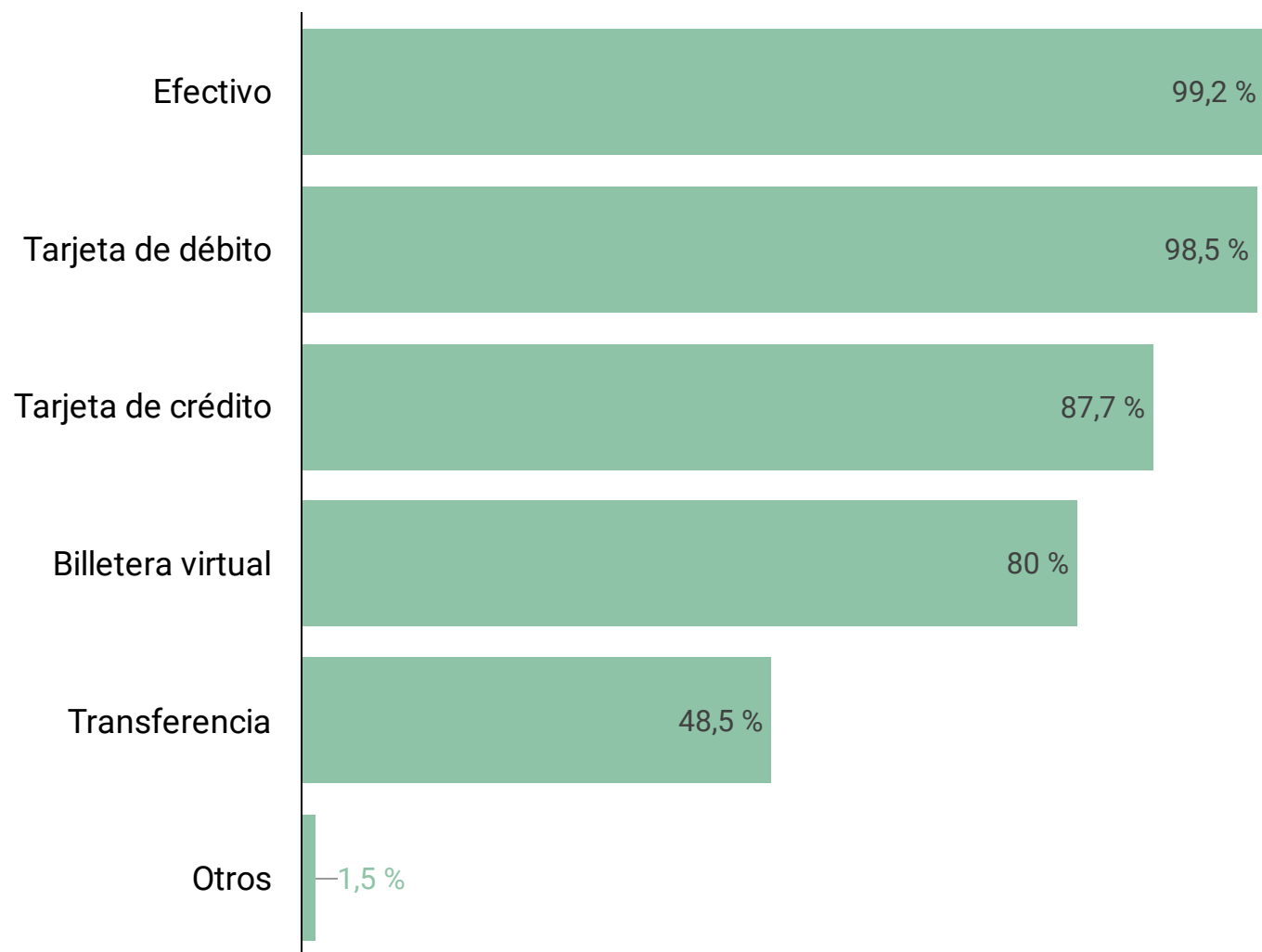


El formato de carta más habitual es de tipo digital, mediante el uso de QR para acceder a páginas web o documentos PDF.

Su nivel de uso es similar al de la versión de la tradicional carta impresa.

# CONSUMO DIGITAL EN GASTRONOMÍA

¿Cuáles son los medios de pago que acepta el establecimiento?



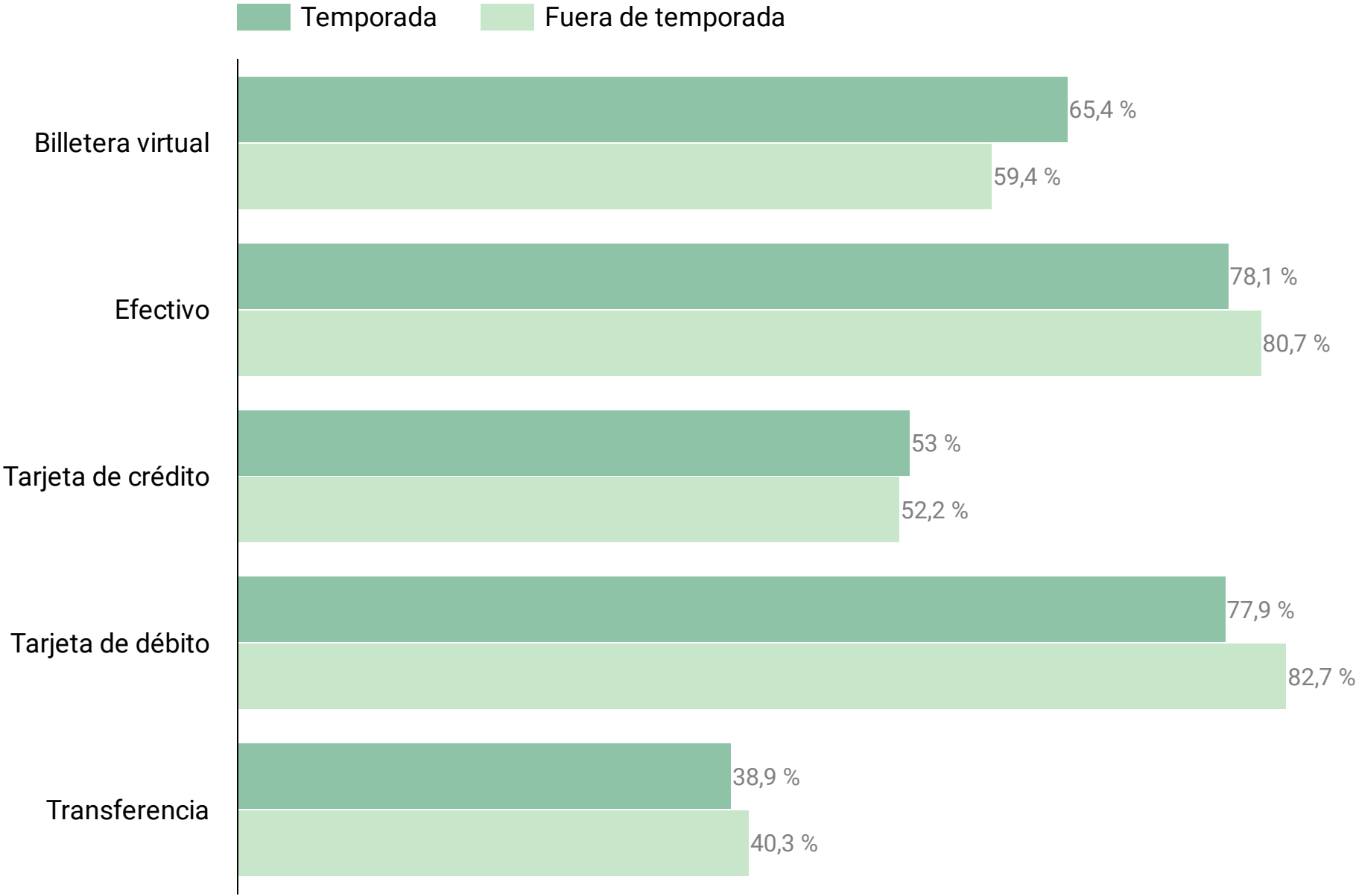
El medio de pago más mencionado es el dinero en efectivo, en un nivel similar a la tarjeta de débito.

En orden de importancia le sigue la tarjeta de crédito.

También se observa una amplia difusión en el uso de billeteras virtuales.

# CONSUMO DIGITAL EN GASTRONOMÍA

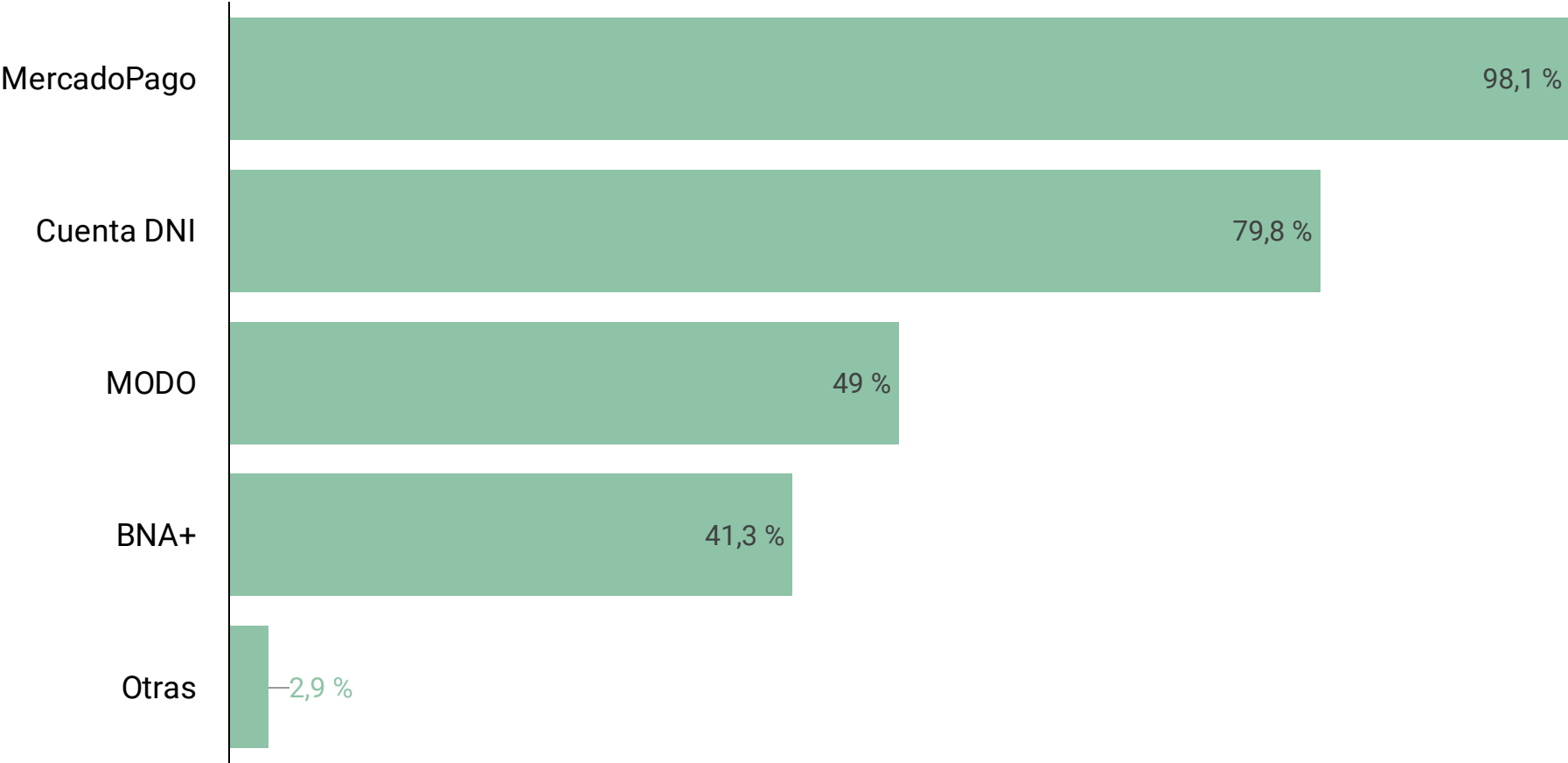
Preferencia por método de pago





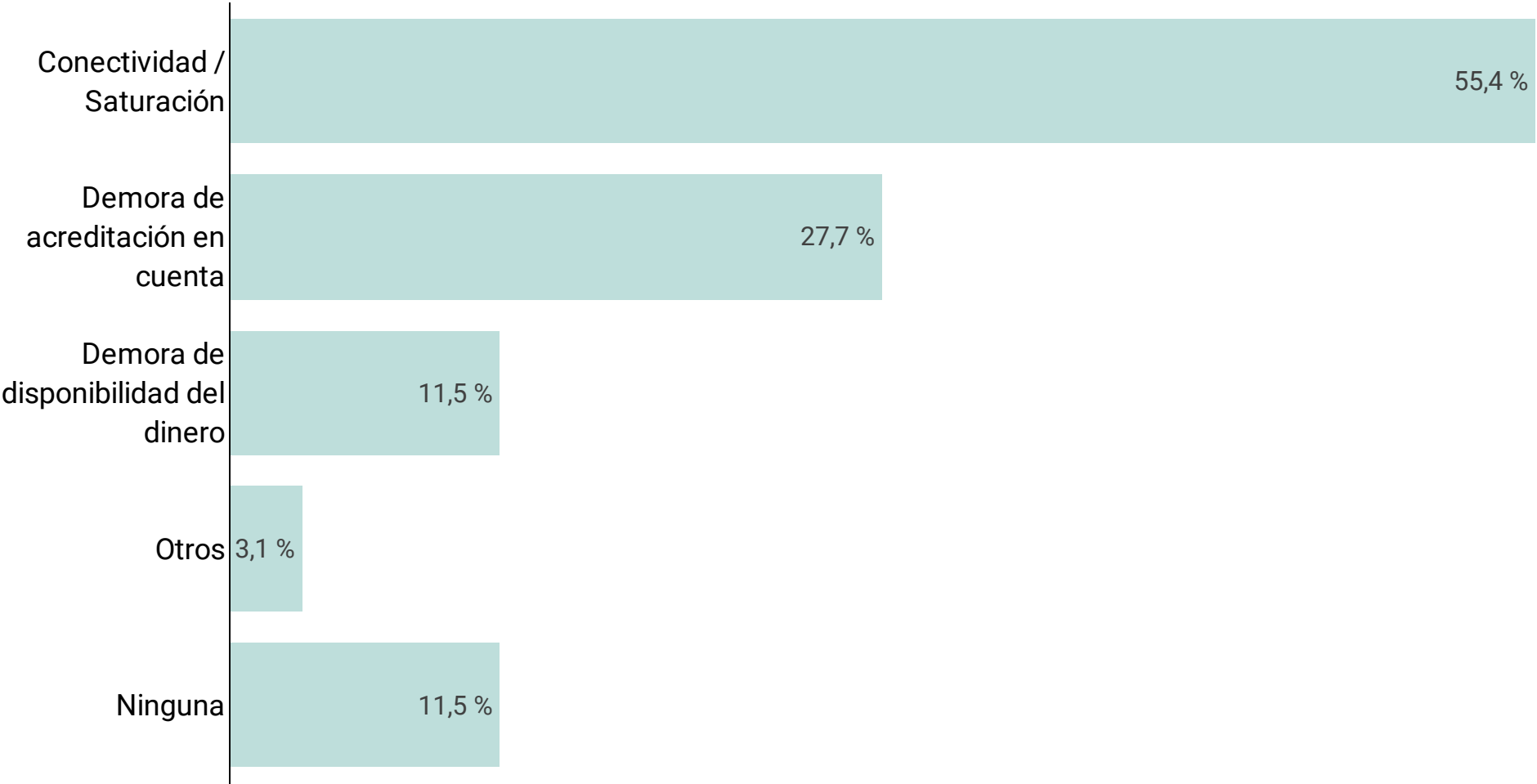
# CONSUMO DIGITAL EN GASTRONOMÍA

¿Cuáles son las billeteras virtuales utilizadas? (opción múltiple)



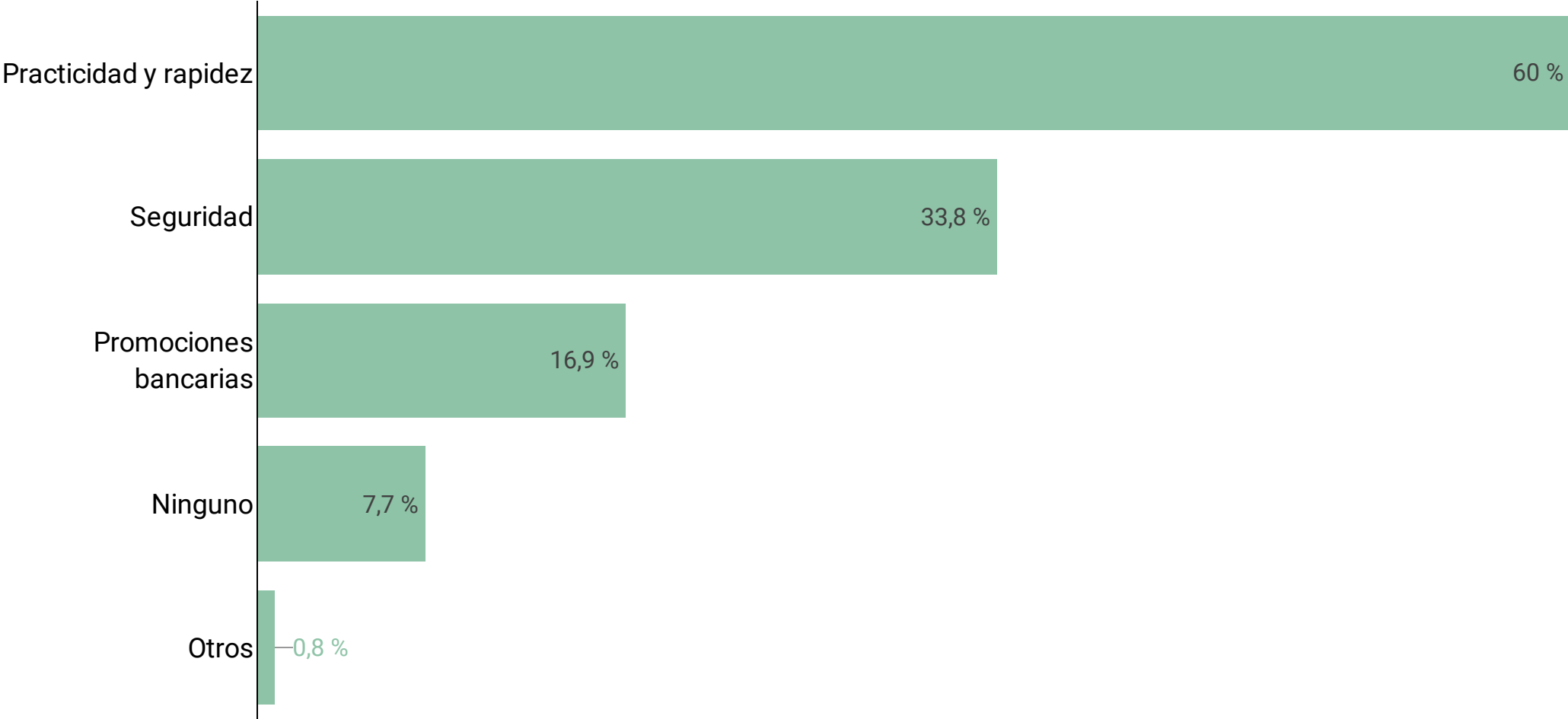
# CONSUMO DIGITAL EN GASTRONOMÍA

¿Cuáles son las principales dificultades que encuentra en el uso de los cobros electrónicos / digitales?  
(opción múltiple)



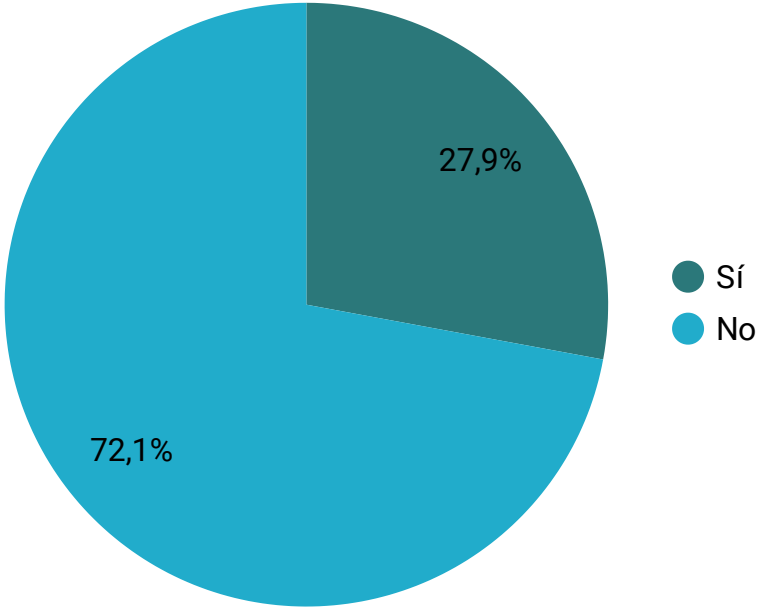
# CONSUMO DIGITAL EN GASTRONOMÍA

¿Cuáles son las principales ventajas / oportunidades que encuentra en el uso de los cobros digitales?  
(opción múltiple)



# CONSUMO DIGITAL EN GASTRONOMÍA

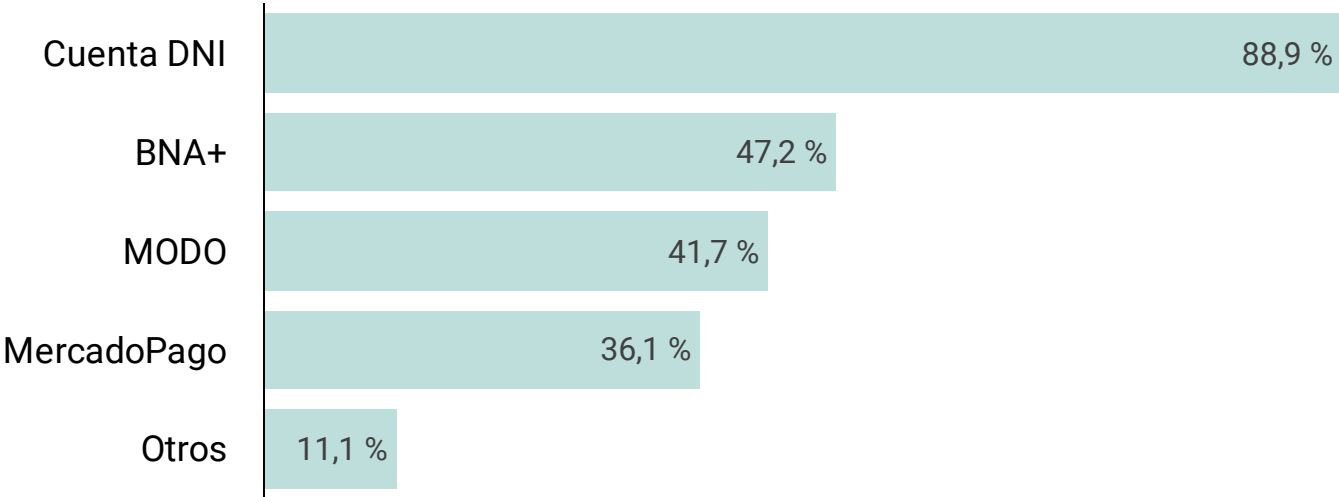
¿Están adheridos a promociones con billeteras virtuales?



El 27,9% de los comercios asegura estar adherido a algún tipo de promoción relacionada con billeteras virtuales.

En este caso la más mencionada es Cuenta DNI.

¿Cuáles?



# CONSUMO DIGITAL EN GASTRONOMÍA

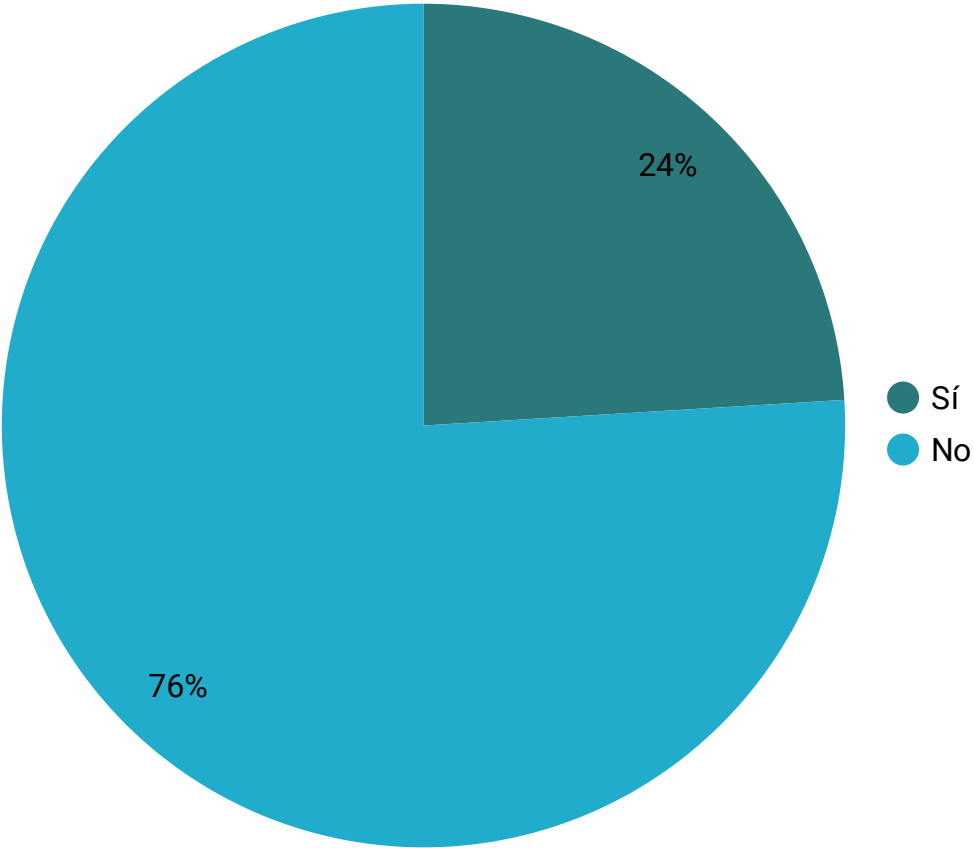
¿Cree que atrae más clientes al tener promociones de pago?



El líneas generales se considera que la existencia de promociones de pagos es un factor que incluye de manera positiva para atraer a un mayor número de clientes. Se observa que este fenómeno es más acentuado fuera de temporada.

# CONSUMO DIGITAL EN GASTRONOMÍA

¿Nota alguna diferencia en el comportamiento de pago entre turistas y marplatenses o residentes?

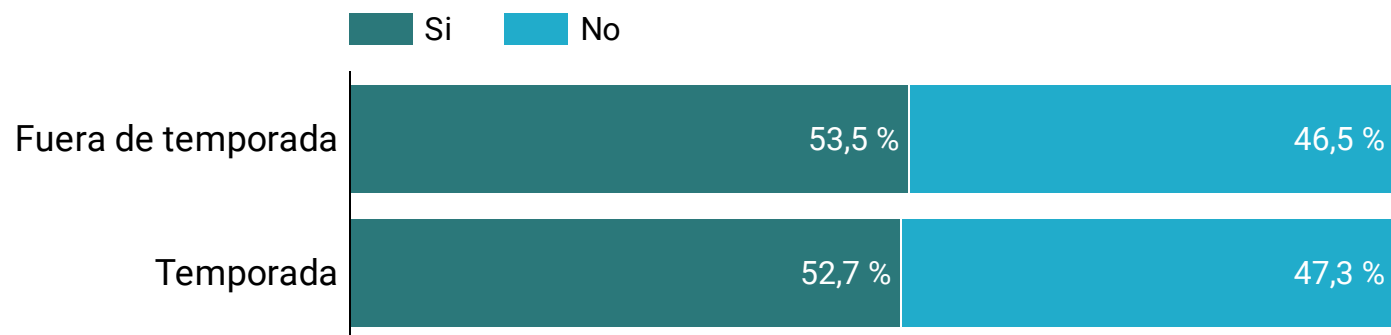


El 24% de los encuestados considera que sí existe una diferencia en el comportamiento de pago de los clientes, según se trate de turistas o de marplatenses residentes.



# CONSUMO DIGITAL EN GASTRONOMÍA

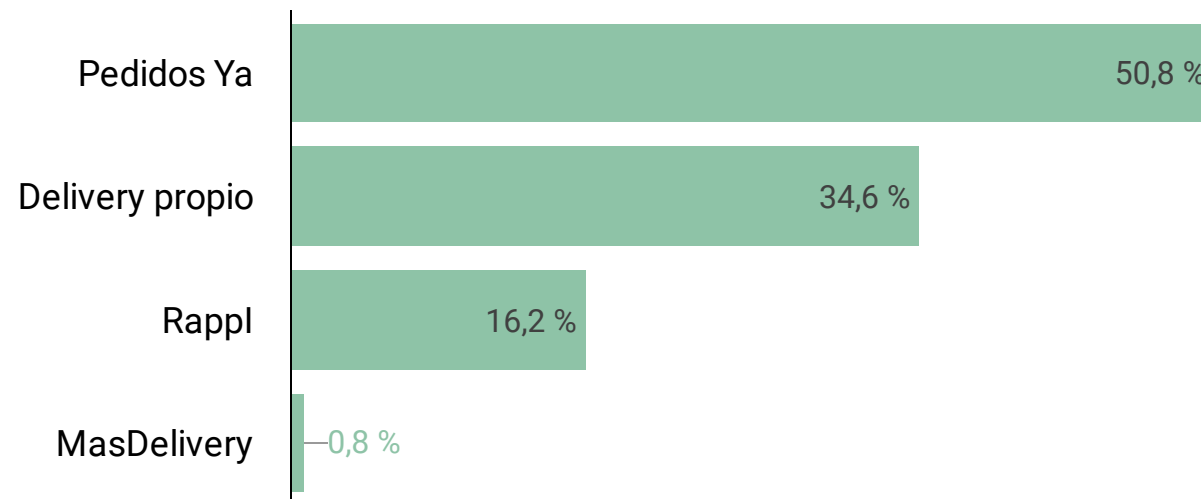
¿Toma pedidos con las apps de delivery?



Aproximadamente poco más de la mitad de los establecimientos toma pedidos a través de apps de delivery, en igual proporción en ambas épocas del año.

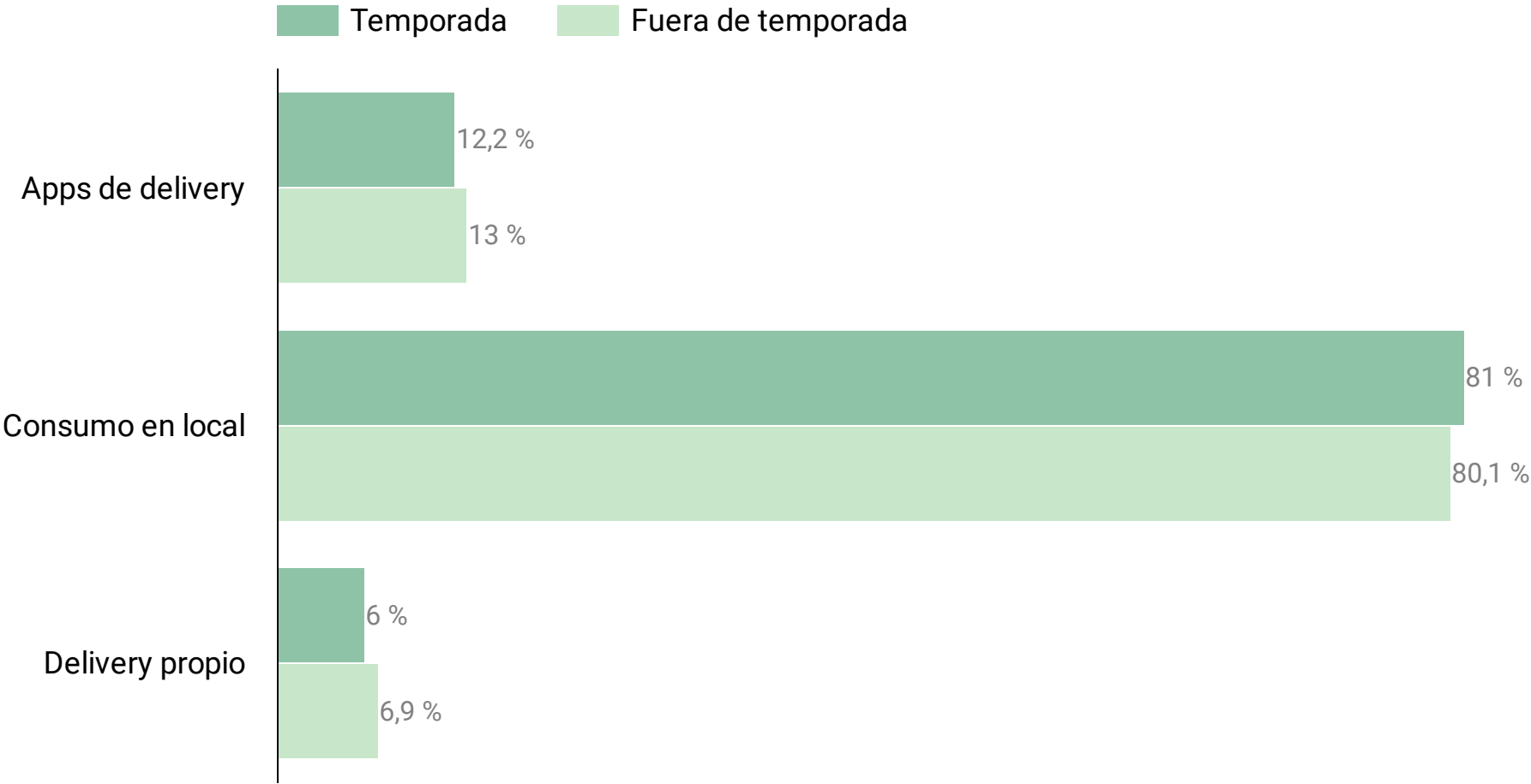
La app más mencionada es Pedidos Ya.

¿Con cuáles?



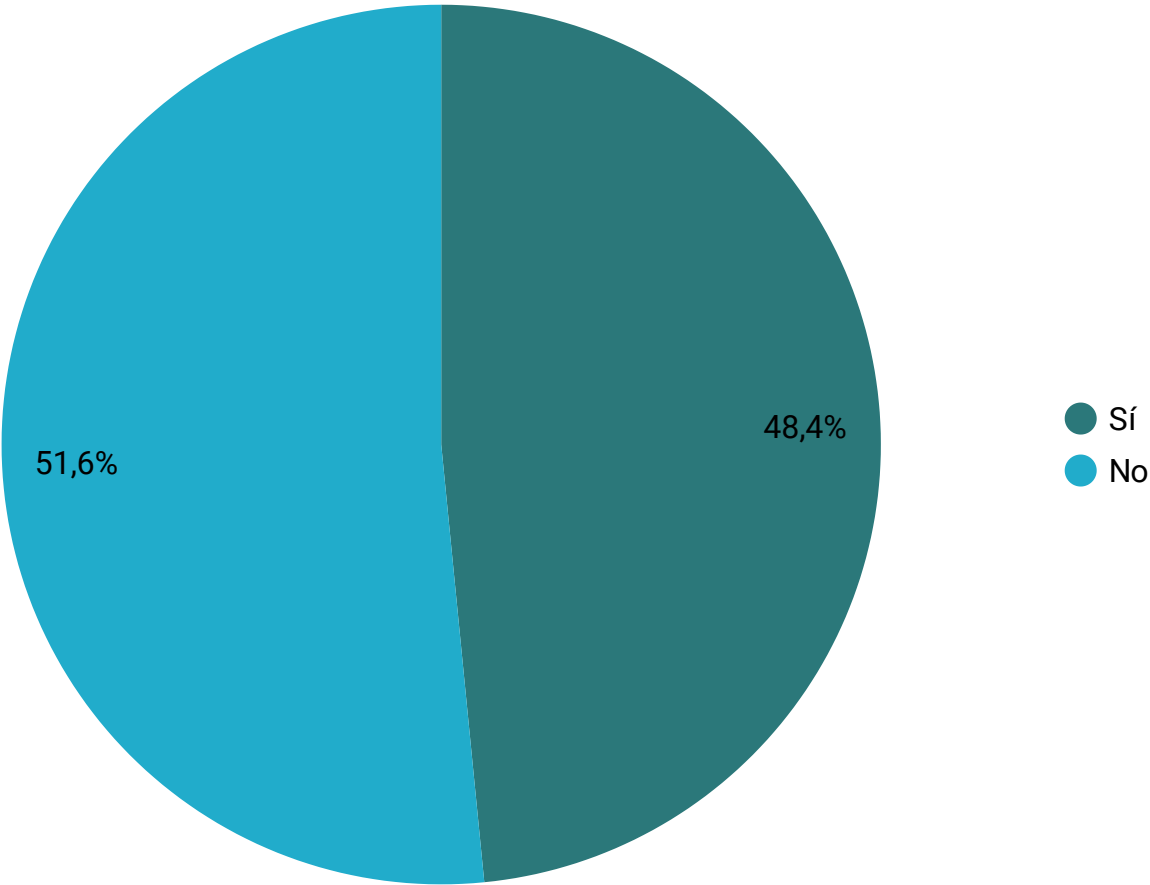
# CONSUMO DIGITAL EN GASTRONOMÍA

¿Qué porcentaje de sus ventas totales mensuales cree o percibe que corresponden a apps de delivery, a delivery propio a consumo en el local?



# CONSUMO DIGITAL EN GASTRONOMÍA

¿Cree o percibe que se ha incrementado el consumo por apps en la última temporada?





# Observatorio Universitario de la Ciudad

 [www.ufasta.edu.ar/observatorio](http://www.ufasta.edu.ar/observatorio)

 [observatorio@ufasta.edu.ar](mailto:observatorio@ufasta.edu.ar)

 [observatorioUFASTA](https://www.facebook.com/observatorioUFASTA)

 [@observatoriofas](https://twitter.com/observatoriofas)