

TEMA: Vivienda

SUBTEMA: Comprar alimentos online

REFERENCIA: El Universal. (16 de noviembre de 2020). Comprar alimentos online, nuevo hábito para mexicanos. Recuperado de <http://bit.ly/3a0dxlo>

NOTA:

Comprar alimentos online, nuevo hábito para mexicanos

En abril, 5% de los mexicanos compró por primera vez comida en línea y para octubre 11% se animó a adquirir por esa misma vía, de acuerdo con cifras de la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO).

La entrega de comida a domicilio es más que una tendencia; ahora es una necesidad, comenta José García-Pimentel, director General en México de Uber Eats.

“Los mexicanos han adoptado como hábito la compra de alimentos en línea, tanto que la Ciudad de México es una de los 10 más importantes para Uber Eats a escala mundial”, asegura.

Con cifras de Statista, se calcula que al cierre del año haya 25 millones de clientes en este mercado, de este universo Uber Eats suma 32%, al registrar 8 millones de usuarios que descargaron la aplicación para moverse y pedir comida.

A pesar de la situación económica del país, García-Pimentel es optimista sobre el futuro de la plataforma, pues tienen como ventaja el conocimiento y experiencia compartida de sus equipos en otros países.

En entrevista con EL UNIVERSAL, el directivo dice que ante la crisis sanitaria redireccionaron sus esfuerzos.

“Encontrar oportunidades en medio de todo ha resultado un parteagüas para Uber Eats, porque la entrega de comida a domicilio se convirtió en una necesidad y una actividad esencial y eso trajo consigo muchos desafíos; especialmente con la industria restaurantera nos obligó a ser estrictos en la priorización de actividades”.
Son 33 mil restaurantes los que usan la plataforma, de los cuales 60% son Pymes que ofrecen más de 2 millones de platillos en más de 70 ciudades del país.

COMENTARIO

Las compras en línea ha sido uno de los sectores beneficiados durante el confinamiento, la necesidad de continuar accediendo a los servicios ha generado una alta demanda en las aplicaciones que se dedican a distribuir productos o alimentos. Esta modalidad de compra que ya venía desde un tiempo siendo una de las primeras opciones para los compradores ahora se ha convertido en la principal forma de acceder a un servicio sin la necesidad de romper las medidas sanitarias. Este nuevo hábito adoptado por los consumidores mexicanos ha ocasionado que despierten inconformidades por parte de aquellas cadenas de restaurantes mexicanos que se han visto en competencia con las grandes empresas, a mediados del año los restaurantes afiliados a la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados (CANIRAC)¹, realizaron un paro en contra de las plataformas que ofrecen el servicio a domicilio con empresas transnacionales, para solicitar se

¹ Hernández, N. (13 de junio de 2020). Restaurantes potosinos planean paro contra plataformas de reparto a domicilio. El Universal. Recuperado de <http://bit.ly/3iMNzG1>

reconsiderara los incrementos que habían tenido en sus tarifas, ya que se estaba cobrando hasta 40 por ciento de comisión.

La tendencia de comprar comida en línea parece haber llegado para quedarse convirtiéndose en una actividad esencial que permite a los consumidores no poner en riesgo su salud, la regulación de las actividades de restaurantes con aplicaciones de repartidores necesita una mediación por medio de leyes que permitan brindar un servicio que no ponga en desventaja a ninguna de las partes involucradas.

RESPONSABLE

Cynthia Guadalupe Hernández Rojas