

La contribución de DiDi a la sociedad de México

Estudio del impacto social y económico de DiDi





Informe elaborado por KREAB Iberia SLU (KREAB) por encargo de DiDi
Global Procurement Management HK Limited (DiDi).

sustainablechange@kreab.com

Alberto Muelas

Director senior, Negocio Sostenible KREAB

Paula Vida

Consultora, Negocio Sostenible KREAB

Chiara Parton

Consultora, Negocio Sostenible KREAB

Marina Palomino

Consultora, Negocio Sostenible KREAB

Julia Cosín

Consultora, Negocio Sostenible KREAB

Índice de contenidos

Página 4

Resumen ejecutivo

Página 7

Objetivos e introducción metodológica

Página 10

Cómo la plataforma de DiDi permite a sus usuarios contribuir al crecimiento económico

Impacto en el PIB

Impacto por sectores económicos

Impacto en el empleo indirecto e inducido de la economía

Página 14

Un valor invisible: cómo la plataforma de DiDi genera bienestar e impacto social para sus usuarios

Conductores

Repartidores

Pasajeros

Comensales

Restaurantes

Usuarios de DiDi Préstamos

Página 32

Otros impactos: el valor de la seguridad

Seguridad de las personas

Movilidad urbana

Página 38

Conclusión

Página 39

Anexo I: desglose por ciudades

Página 42

Anexo II: modelo input-output

Página 43

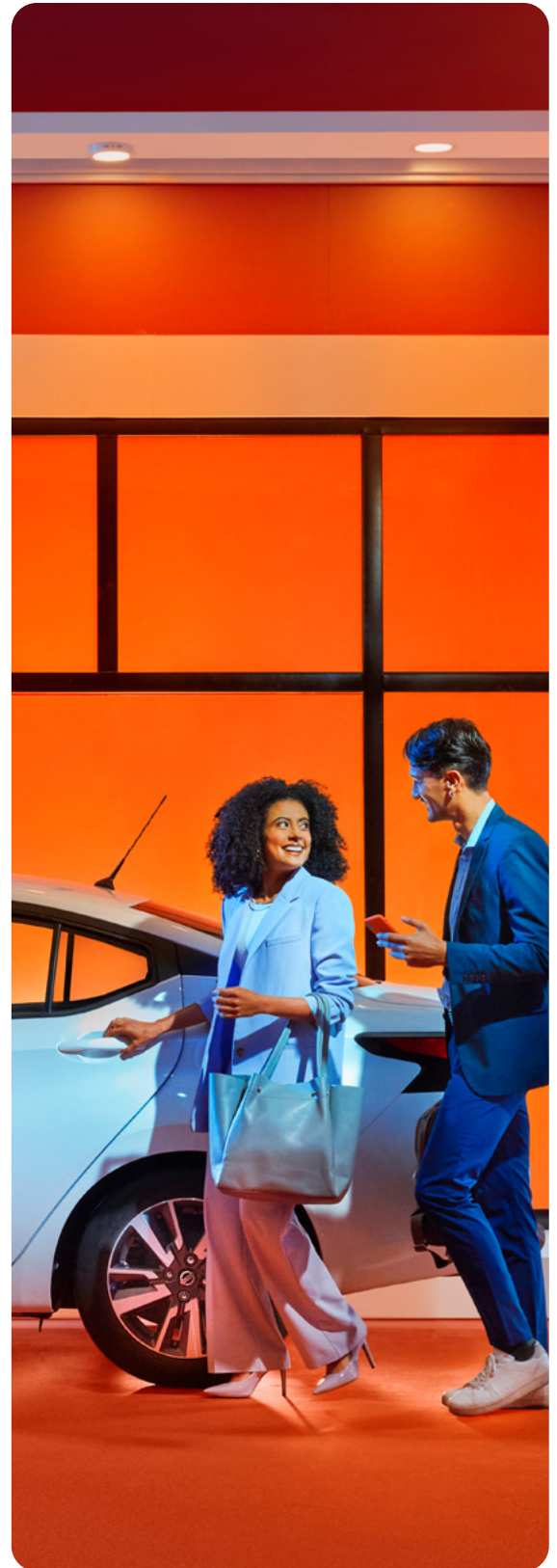
Anexo III: modelo de Valoración del Bienestar

Página 45

Anexo IV: encuestas a usuarios de DiDi

Página 50

Anexo V: bibliografía adicional



Resumen ejecutivo

El presente estudio pretende abordar de forma cuantitativa, objetiva y rigurosa el impacto de la plataforma DiDi para sus usuarios y el conjunto de la sociedad en México. Los usuarios incluidos en el estudio son: conductores, repartidores, pasajeros, comensales, restaurantes y usuarios de DiDi Préstamos. El objetivo del estudio es ofrecer una imagen integral y holística sobre los beneficios generados por DiDi, por lo que se ha recurrido a un conjunto de metodologías de análisis complementarias como: la metodología Input-Output para medir los efectos generados en la economía por los usuarios que obtienen ganancias gracias a DiDi, el modelo de Excedente del Consumidor (CS) para cuantificar el valor social y los beneficios en términos de bienestar que DiDi produce en sus usuarios, y otros análisis específicos para medir beneficios como la seguridad de los usuarios. Todas estas metodologías están explicadas en mayor detalle a lo largo del informe y en los anexos.

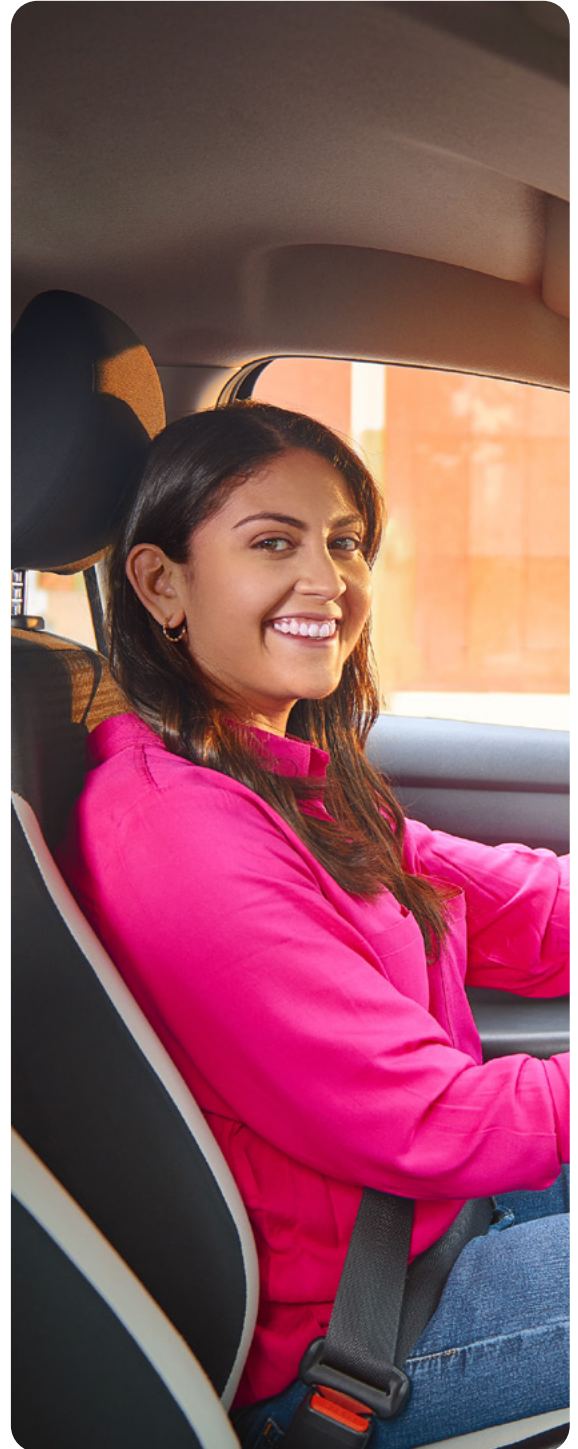
DiDi empodera a sus usuarios, convirtiéndolos en agentes activos de la transformación y el desarrollo económico y social. La presencia de DiDi en México constituye un ecosistema completo de servicios de movilidad, alimentación y servicios financieros. Las diferentes opciones que DiDi pone a disposición de sus usuarios, les brinda la oportunidad de elegir, permitiéndoles crecer, cuidar de sus seres queridos y contribuir a la comunidad.

La actividad de DiDi contribuye al 0.47% del PIB de México

Gracias a la presencia de DiDi en México, más de la mitad de los conductores y repartidores tienen la oportunidad de obtener su única o principal vía de ingresos para sus hogares, y los restaurantes han podido expandir sus negocios con nuevos clientes y empleados.

Gracias a que DiDi le da a sus usuarios el poder de elegir y decidir sobre su forma de generar ingresos, no solo se benefician a sí mismos, sino que contribuyen al desarrollo social. Los ingresos que obtienen conductores, repartidores y restaurantes, y la financiación recibida por los usuarios de DiDi Préstamos, generan un efecto multiplicador¹ sobre la economía (considerando los efectos directo, indirecto e inducido) que asciende a \$118,423 millones de pesos, lo que representa un 0.47% del PIB anual de México. **En las ciudades en las que DiDi tiene mayor presencia, como Ciudad de México, Guadalajara o Monterrey, la contribución al PIB local puede alcanzar el 0.75%.**

Si en la economía mexicana sólo hubiera 200 contribuyentes a la riqueza, DiDi sería uno de ellos.



¹ El efecto tractor o efecto multiplicador en la economía asociado a las ganancias que obtienen los distintos usuarios de la aplicación de DiDi mide la dinamización en la economía que se produce como consecuencia el aumento de las compras intersectoriales y el consumo final de las familias. Por ejemplo, cuando un usuario de la aplicación de DiDi utiliza las ganancias obtenidas para comprar en el supermercado, está haciendo posible la generación de ganancias también para dicho supermercado, sus proveedores, y el pago de salarios. A esto se le conoce como efecto tractor. Para más detalles, consultar el Anexo I del presente documento.



Generando impacto positivo: la actividad de DiDi contribuye a más de \$216 mil millones de pesos de impacto social para los usuarios.

DiDi genera posibilidades reales para sus usuarios ya que no son excluyentes o limitantes con otro tipo de actividades. La clave del impacto social de DiDi está en la flexibilidad y conveniencia de su plataforma, y en la autonomía que otorga a sus usuarios.

En términos agregados, esto genera un impacto social y bienestar para los usuarios de DiDi equivalente a 216,392 millones de pesos, medido a través del excedente del consumidor que les genera. **Esto es equivalente al gasto en salud del gobierno mexicano en 2023².**

Esto refleja como la capacidad de DiDi para generar actividad económica se convierte en un motor de crecimiento y desarrollo para el país.

² https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/790206/PEF_2023.pdf

**0.47%**Del PIB³: 118 mil millones de pesos de actividad directa, indirecta e inducida.**≈20%**

Incremento de ingresos para conductores, repartidores y restaurantes desde que utilizan DiDi.

**\$216,392**

Millones de pesos de valor social, medido a través del excedente del consumidor.

**0.22%**

Peso sobre los empleados activos en México, por los puestos de trabajo creados por la cadena de suministro y el consumo de los usuarios de DiDi.

**80%**

De los propietarios de restaurantes solo tienen un restaurante, según las encuestas realizadas.

**77%**

De las solicitudes realizadas en DiDi Food son para más de una persona.

**+64**Horas al año ahorradas para pasajeros y comensales al usar los servicios de DiDi⁴.**2,249,597**Jornadas laborales ahorradas al año para los usuarios de DiDi Préstamo. Esto es equivalente a la jornada anual de 1,023 profesionales a tiempo completo⁵.**30%**

De los trayectos de DiDi Pasajero están conectados con al menos una estación de transporte público en el origen o en el destino.

**\$44,236**

Pesos ahorrados al año por usuarios de DiDi Pasajero en comparación con tener vehículo propio.

**45%**

De los trayectos de DiDi Pasajero tienen como origen o destino áreas relativamente marginadas.

³ El PIB de México en 2023 fue de 25,087,102 millones de pesos según Inegi. <https://www.inegi.org.mx/temas/pib/#tabulados>⁴ Calculado a partir de las respuestas a las encuestas. En el caso de pasajeros, tiene en cuenta el ahorro de tiempo en transporte en comparación con el modo de transporte que usaban antes de registrarse con DiDi. Por su parte, en el caso de comensales se tiene en cuenta el ahorro total de tiempo que se produce por los desplazamientos ahorrados a restaurantes y el tiempo por no cocinar.⁵ Calculado a partir de las respuestas a las encuestas. Tiene en cuenta el ahorro de tiempo en traslados y gestiones asociadas a la solicitud de un préstamo por medios tradicionales, como un banco.

Objetivos e introducción metodológica



El presente estudio aborda de forma cuantitativa, objetiva y rigurosa el impacto de la plataforma DiDi para sus usuarios y el conjunto de la sociedad en México.

Los usuarios de DiDi incluyen:

- Pasajeros que usan los servicios de los conductores disponibles a través de la plataforma para sus desplazamientos.
- Comensales que usan la plataforma para pedir comida y otros productos a domicilio.
- Usuarios de préstamos solicitados a través de la plataforma.
- Conductores de vehículos que ofrecen servicios para desplazar pasajeros a través de la plataforma.
- Repartidores de los pedidos realizados por los comensales a través de la plataforma.
- Restaurantes que ponen a disposición de los comensales su oferta culinaria a través de la plataforma.



El objetivo del estudio es ofrecer una imagen integral y holística sobre los beneficios generados por DiDi, por lo que se ha recurrido a un conjunto de metodologías de análisis complementarias dirigidas a medir:

01

Los beneficios económicos que se producen para los usuarios (conductores, repartidores, restaurantes y DiDi Préstamo) que perciben ingresos a través de la plataforma de DiDi, y el efecto multiplicador que esto genera para el conjunto de la economía.



Además, los ocupados equivalentes creados de forma indirecta e inducida gracias a la actividad de los usuarios, y la contribución indirecta cotizada a través de los usuarios de DiDi. Para ello, se ha utilizado la metodología input-output que, a partir de la información sobre los ingresos de los conductores, repartidores, restaurantes y receptores de préstamos, permite estimar el efecto indirecto e inducido en términos de Valor Añadido Bruto (VAB), empleo sobre el conjunto de la sociedad.

02

El valor social y los beneficios en términos de bienestar que se producen para los usuarios.



Con el objetivo de ilustrar la relevancia de los beneficios, se ha desarrollado un modelo econométrico que permite la monetización del bienestar a través del Excedente del Consumidor (CS). Gracias a esto, ha sido posible asignar un equivalente en pesos a aspectos intangibles de la plataforma de DiDi como la flexibilidad o la autonomía, entre otros.

03

Otros beneficios sociales.



Adicionalmente, se han abordado otros análisis específicos para cuantificar distintos beneficios para la sociedad, como la colaboración con las autoridades y las funciones en el ámbito de seguridad, el apoyo a la ocupación de las mujeres.

Para hacer esto posible, el proyecto ha contemplado las siguientes fases de análisis:

01**Análisis de la bibliografía académica, científica y sectorial.**

Con el objetivo de hacer una primera identificación de los beneficios que los expertos atribuyen a plataformas de movilidad, reparto y servicios financieros similares a DiDi.

02**Desarrollo de grupos focales con usuarios de DiDi.**

Para confirmar las hipótesis definidas a partir de la bibliografía académica, científica y sectorial, así como obtener una interpretación más cualitativa y basada en la experiencia de las mismas. Para ello, se realizaron 3 grupos focales en Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey, compuestos por aproximadamente 10 usuarios seleccionados por su elevado nivel de conocimiento de la plataforma. Los participantes en los grupos focales incluyeron representantes de los 6 grupos de usuarios de DiDi.

03**Encuesta demoscópica a usuarios de DiDi.**

Se envió una encuesta a una muestra representativa de cada uno de los 6 tipos de usuarios de DiDi, con especial foco en Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. El tamaño total de la muestra alcanzó los 2,824 participantes. Esta encuesta ha permitido recopilar la información cuantitativa para sustentar el desarrollo del modelo econométrico para medir el Excedente del Consumidor (CS), así como otras afirmaciones cualitativas incluidas en el presente informe.

04**Información operativa de la actividad de DiDi.**

Incluye información agregada sobre los ingresos generados por conductores, repartidores y restaurantes, y la financiación concedida a los usuarios de DiDi Préstamo; así como información sobre pedidos y trayectos. Esta información ha sido la base para el análisis del efecto multiplicador sobre la economía, así como otra serie de análisis específicos sobre, por ejemplo, impacto en zonas de bajo nivel de recursos o difícil acceso al transporte público.

El alcance del estudio cubre todas las actividades de DiDi en México, e incluye un foco especial en las ciudades de Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey.

En términos generales, el periodo de análisis contemplado es anual, para lo que se ha tomado en cuenta la información operativa proporcionada por DiDi sobre 2023.

El detalle sobre las metodologías y fuentes bibliográficas utilizadas está ampliamente descrito en el anexo metodológico del presente informe.

Cómo la plataforma de DiDi potencia su impacto económico a través de sus usuarios

DiDi facilita que conductores, repartidores y restaurantes generen ingresos a través de su plataforma. Asimismo, los servicios de DiDi Préstamos facilitan el acceso a servicios financieros de sus usuarios.

Esto genera beneficios, no sólo para los usuarios “directos” de DiDi, sino también para el conjunto de la economía a través del efecto multiplicador que dichos ingresos ejercen en su cadena de valor, y que se concretan en un aumento general del consumo en el país.

A estos efectos sobre la cadena de valor se les conoce como impactos “indirectos e inducidos” y gracias

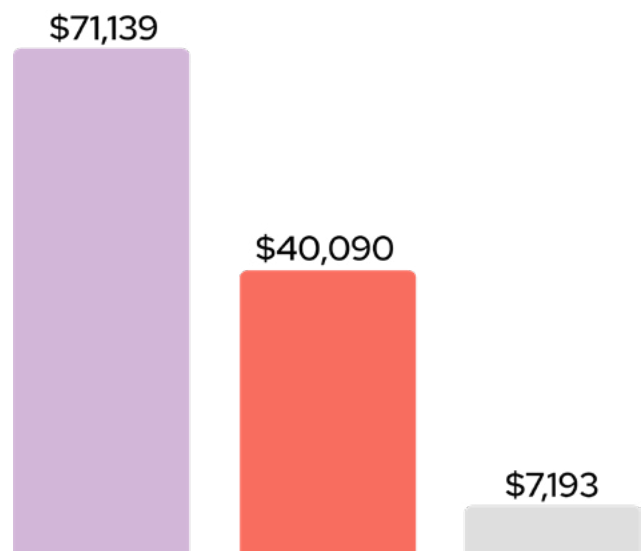
a la metodología Input-Output (descrita en el anexo metodológico), es posible estimar cómo se traducen en términos de aportación al Producto Interno Bruto (PIB) del país y de creación de empleos formales en la economía.

Esto en ningún caso significa que este PIB sea directamente atribuible a DiDi o que esas personas ocupadas mantengan una relación laboral o subordinada con DiDi, pero dichos efectos económicos o sobre el empleo posiblemente no existirían si no fuera gracias a la actividad de la compañía.

Impacto en el PIB

Como resultado de la aplicación de la metodología Input-Output se concluye que los ingresos que obtienen conductores, repartidores, restaurantes y usuarios de DiDi Préstamos contribuyen, de forma directa, indirecta e inducida, a crear un Valor Añadido Bruto (VAB)⁶ de \$118,423 millones de pesos para la economía mexicana, lo que equivale a un 0.47% del PIB de México de 2023.

Figura 1.
Desglose del impacto económico de DiDi



- Directo: efecto en la economía de los ingresos de conductores, repartidores y restaurantes
- Inducido: impulso del consumo por el gasto de las personas vinculadas directamente e indirectamente a DiDi
- Indirecto: actividad económica generada en los proveedores de los restaurantes y su cadena de valor

Elaboración KREAB

⁶ La suma de todos los Valores Añadidos Brutos (VAB) de la economía, junto con una serie de determinados impuestos indirectos, da como resultado el PIB del país. En otras palabras, el VAB se puede interpretar como el equivalente a nivel de empresas o individuos del PIB a nivel nacional.

Esto es equivalente al Valor Añadido Bruto de sectores como servicios culturales, deportivos y recreativos; fabricación de productos plásticos; o fabricación de productos farmacéuticos⁷.

Una de las limitaciones tradicionales de los análisis del efecto multiplicador es aislar el denominado “efecto desplazamiento”, es decir, asegurar que el incremento de ingreso medido en realidad no está sustituyendo a uno previo existente. En el caso de conductores y repartidores el ingreso facilitado por DiDi supone una nueva fuente de ingresos. Sin embargo, en el caso de los restaurantes cabría la cuestión de si el nuevo canal de distribución en realidad está desplazando al canal tradicional de servicios de restauración en el propio local.

Por ello, la encuesta realizada a usuarios de DiDi incluía preguntas dirigidas a valorar el negocio adicional que ha supuesto la plataforma para los restaurantes, tanto a través del nuevo canal online, como a través del canal tradicional. Los resultados permitieron observar un incremento de los ingresos de los restaurantes en un 19% desde que están registrados en DiDi.



24%

De los conductores han encontrado en DiDi su única fuente de ingresos.

25%

De los repartidores han encontrado en DiDi su única fuente de ingresos.

19%

Incremento de ventas de los restaurantes desde que están registrados en DiDi.

71%

Incremento de capacidad adquisitiva por usuario por la concesión de DiDi Préstamos.

“Durante la pandemia mi negocio se cerró. Entonces empecé con las aplicaciones, y de allí cuando retomo la actividad, me he dado cuenta de que sin problema alguno puedo mantener las dos actividades, y hasta una tercera. Sin ninguna necesidad de que me quite el tiempo.”



Alejandro Escalante Méndez
Conductor

⁷ Comparación basada en los datos sobre el VAB por actividad económica de Inegi: <https://www.inegi.org.mx/temas/pib/>

Impacto por sectores económicos

Este efecto multiplicador es especialmente relevante para ciertos sectores económicos clave de México, como la industria alimentaria, bebidas y tabaco, o agricultura, ganadería, pesca y forestal.



Agricultura, ganadería, pesca y forestal

10,033
(1.26%)



Industrias extractivas

955
(0.10%)



Industria alimentaria, bebidas y tabaco

19,788
(1.72%)



Otras industrias manufactureras

7,267
(0.28%)



Industria de automoción

772
(0.07%)



Energía, agua y residuos

2,561
(0.54%)



Construcción

148
(0.01%)



Comercio

14,427
(0.32%)



Transporte y almacenamiento

4,053
(0.25%)



Alojamiento y restauración

1,493
(0.26%)



Medios de comunicación

369
(0.39%)



Telecomunicaciones y tecnología

800
(0.29%)



Servicios financieros

2,004
(0.23%)



Actividades inmobiliarias

10,754
(0.51%)



Otros servicios

9,629
(0.50%)



Sector público y servicios públicos

883
(0.04%)

Desglose por sectores del impacto económico que ejercen los usuarios de DiDi a través de la plataforma

Datos en miles de millones de pesos mexicanos.

En porcentaje, el peso de la actividad dinamizada por DiDi sobre el VAB del sector.

Impacto en el empleo indirecto e inducido de la economía (más allá de los conductores y repartidores)⁸

A nivel directo, DiDi cuenta con una cantidad de conductores y repartidores que se conectan con la plataforma para ofrecer servicio a los pasajeros y comensales.

Toda actividad económica lleva asociada empleo. Gracias al análisis del efecto multiplicador en cada uno de los sectores de la economía, y de la intensidad de empleo de dichos sectores, es posible estimar los efectos indirectos e inducidos sobre las oportunidades de ocupación.

Esto ha permitido concluir que DiDi contribuye a impulsar, de forma indirecta e inducida, que 132,608 personas tengan una actividad económica gracias a los ingresos que generan sus usuarios, lo que representa un 0.22%⁹ de todos los ocupados del país. Teniendo en cuenta el tamaño medio de las empresas en México, esto sería equivalente a los empleos creados por 13,323 empresas del país.

132,608



Empleos indirectos e inducidos en la economía gracias a los ingresos que generan sus usuarios, lo que representa un 0.22%.

Estos empleos indirectos e inducidos no se refieren a los conductores y repartidores que usan DiDi para generar ingresos, sino a personas que tienen un empleo gracias a la actividad surgida de estos ingresos que reciben los usuarios de DiDi, es decir, se refieren a empleados de supermercados, restauración, gasolineras, transporte...



⁸ No incluye a conductores y repartidores que tienen actividad con DiDi.

⁹ Cálculo basado en la información sobre ocupación del cuarto trimestre de 2023 de Inegi. <https://www.inegi.org.mx/app/tabulados/default.html?nc=603&idrt=18&opc=t>

Un valor invisible: cómo la plataforma de DiDi genera bienestar e impacto social para sus usuarios

La misión de DiDi es hacer cada día mejor para todos. En México, DiDi ofrece un ecosistema de servicios que conecta a las personas con opciones de movilidad, financiación y alimentación de una forma flexible y conveniente. Al mismo tiempo, conductores y repartidores generan ingresos según sus necesidades y estilo de vida.

El Excedente del Consumidor (CS, por sus iniciales en inglés, Consumer Surplus) es un término económico que nos permite asignar un valor monetario a un determinado aspecto intangible como, en este caso el valor social o el bienestar. En esencia, el CS representa el dinero que tendríamos que ofrecer a una persona para que su nivel de bienestar general no se viera afectado como consecuencia de la privación de, en este caso, el acceso a los servicios de intermediación tecnológica de DiDi. A esta forma de calcular el Excedente del Consumidor, a través del bienestar, se le conoce como el método de Valoración del Bienestar, desarrollado por el científico económico Daniel Fujiwara y usado ampliamente en estudios a nivel internacional. Instituciones como la OCDE, entre otras, utilizan esta metodología para la evaluación de políticas públicas.

En esencia, esta metodología permite calcular la cantidad de dinero que tendríamos que pagar a una persona para aumentar su bienestar lo mismo que lo hace la plataforma de DiDi.

Para más detalles sobre esta metodología, consultar el Anexo II, del presente documento.

01. El uso de la aplicación de DiDi aumenta el bienestar de las personas



CS
=

02. El aumento de ingresos también aumenta el bienestar de las personas



03. El **excedente del consumidor (CS)** mide el aumento de renta que sería necesario para producir el mismo nivel de bienestar que los servicios de DiDi. O dicho de otro modo, los pesos que se tendrían que pagar a una persona para compensar la pérdida de bienestar que experimentaría si no existiera DiDi

Para calcular el CS es necesario desarrollar un modelo econométrico, ampliamente descrito en el anexo metodológico del presente informe, que está basado en las respuestas recibidas en las 2,824 encuestas que se han realizado a usuarios de DiDi.

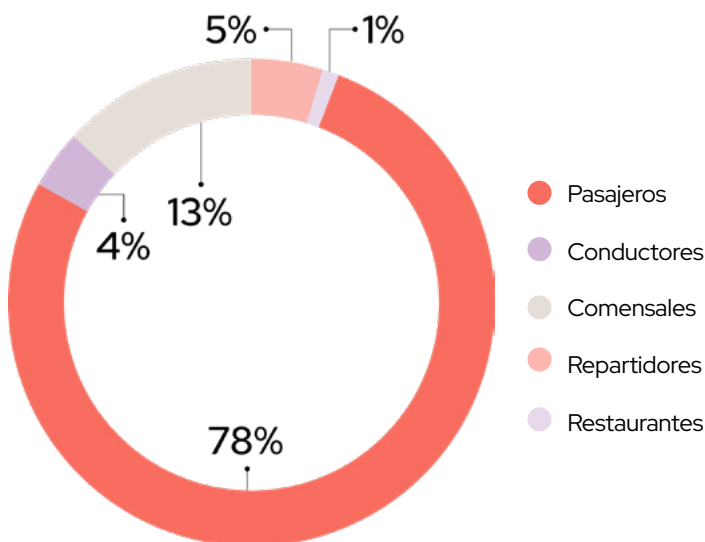
Gracias a esto ha sido posible estimar un CS medio para el conjunto de usuarios de DiDi de \$216,392 millones de pesos. Esto es equivalente al 0.86% del PIB de México o, lo que es lo mismo, 3 veces el Valor Añadido Bruto (VAB) del sector de transporte aéreo en el país¹⁰.

Esto pone de manifiesto cómo el impacto social de DiDi (0.86% del PIB) trasciende a su valor económico (0.47% del PIB)¹¹.

Asimismo, el modelo econométrico desarrollado ha permitido demostrar que este aumento de bienestar está fundamentalmente asociado a una serie de beneficios ofrecidos por la plataforma de DiDi, y que son específicos para cada tipo de usuario.

A pesar de las diferencias que pueda haber entre los distintos tipos de usuarios, hay algo que es común a la mayor parte de ellos: cómo DiDi les permite cuidar o relacionarse con otras personas, bien sean familiares, la pareja o amigos. DiDi se convierte en un impulsor de la actividad económica y la unión social.

Figura 3. Desglose del Excedente del Consumidor generado por DiDi, por tipo de usuario



Elaboración KREAB



¹⁰ Basado en la información disponible en <https://www.habitissimo.com.mx/presupuesto/construir-hospita>

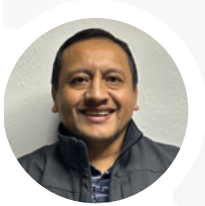
¹¹ La comparación del impacto social con el PIB permite poner de manifiesto las limitaciones del PIB como medida del nivel de desarrollo social, por las limitaciones que tiene a la hora de capturar aspectos intangibles de la sociedad como la educación, el estado de salud, la conservación ambiental o, en este caso, el bienestar asociado a una serie de servicios.

Impacto social para Conductores

Las personas conductoras que están registradas en DiDi son cabezas de familia, con una media de dependientes económicos a su cargo de 2.3 y, en el 66% de los casos, son los únicos o principales receptores de ingresos en el hogar.

Les mueve la necesidad de sustentar a su familia, pero precisamente por eso, necesitan realizar una actividad que les permita decidir libremente cómo usan su tiempo. El 33% de los conductores reconoce que la actividad les permite combinarlo con otros aspectos personales.

“Yo me conecto cuando yo quiera y esto me da la posibilidad de cuidar a mi familia.”



Jorge Rivera Reyes
Conductor y usuario de DiDi Préstamos

66%

De los conductores son los únicos o principales generadores de ingresos del hogar.

2.3

Dependientes a cargo por conductor en sus hogares.

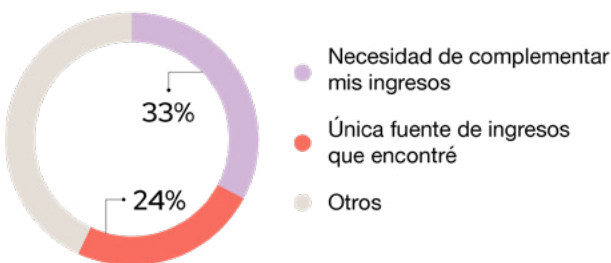
24%

De los conductores para los que DiDi ha sido la única fuente de ingresos que ha encontrado.

21.9%

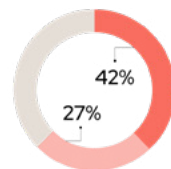
De incremento de ingresos para los conductores desde que usan DiDi.

Quizá por la dificultad de que exista una actividad económica que ofrezca estos dos aspectos (estabilidad financiera y flexibilidad), el 24% de los conductores manifiesta que DiDi es la única fuente de ingresos que ha podido encontrar. Para este 24% de conductores, el 42% de ellos son el único generador de ingresos del hogar, lo que pone de manifiesto la relevancia de DiDi para este perfil de usuarios.



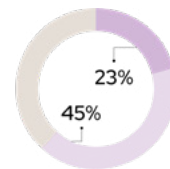
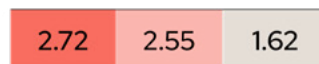
Es una actividad que puedo compatibilizar con otros aspectos personales

33%



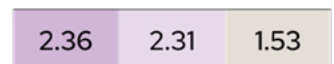
- Único generador de ingresos
- Principal generador de ingresos
- Contribuidor

Dependientes a cargo

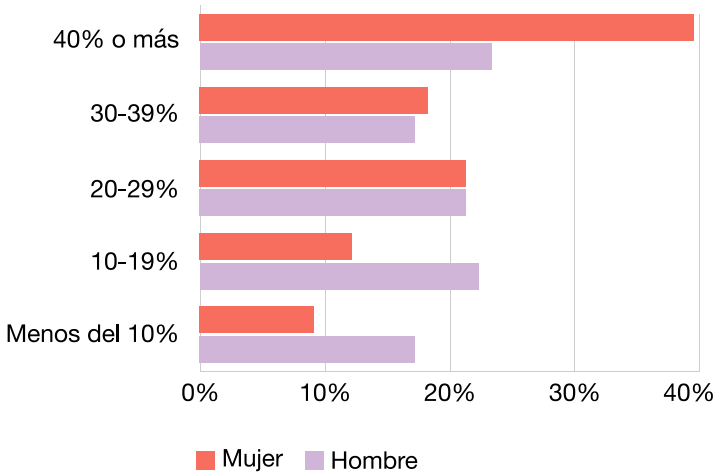


- Único generador de ingresos
- Principal generador de ingresos
- Contribuidor

Dependientes a cargo



Incremento medio de ingreso por conductor



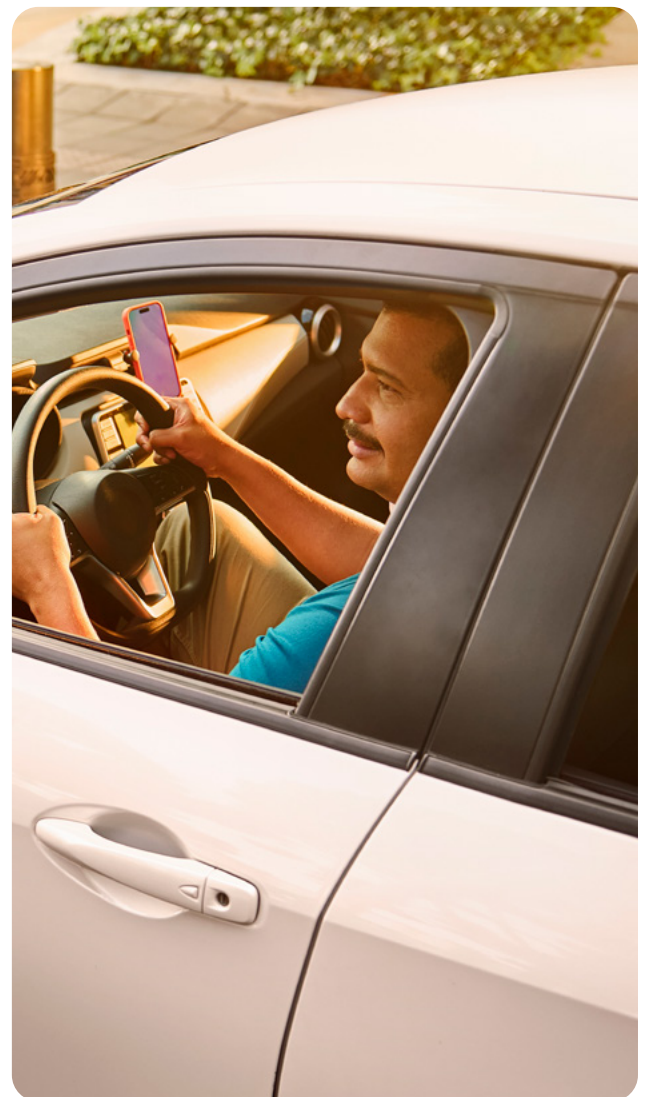
En términos totales, los conductores declaran haber experimentado un incremento medio del ingreso de un 22% desde que están registrados en DiDi, aunque con diferencias significativas por género. **Casi un 40% de las mujeres que conducen dicen tener ingresos superiores en un 40%.** Este incremento podría estar explicado por el modelo flexible, que permite a las mujeres adaptar su actividad laboral a sus necesidades personales, contribuyendo a su autonomía financiera y bienestar.

Como consecuencia de todo esto, el CS o impacto social que DiDi genera para sus conductores asciende a \$8,106 millones de pesos. Esto es equivalente al Valor Añadido Bruto (VAB) del sector de Museos, sitios históricos y zoológicos de México¹².

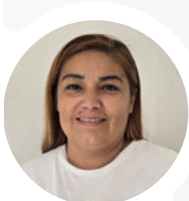
Cómo te ayuda DiDi

	Mujeres	Hombres
Ser independiente financieramente	6.4	5.5
Pagar servicios mensuales (energía, agua, etc.)	6.1	5.2
Cuidar de un dependiente	5.9	4.9
Comprar o rentar una vivienda	5.7	4.8
Proporcionar educación a mi familia	5.6	4.7

Valoración de las ventajas que proporciona DiDi en una escala de 1 a 7



“Como conductora, para mí ha sido muy satisfactorio trabajar con DiDi. Tú generas lo que quieres generar. De hecho, tengo una meta de 12 mil por semana.”



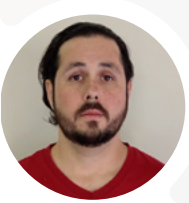
Graciela Guadalupe Alvarado Martinez
Conductora

¹² Cálculo basado en la información sobre PIB por actividad económica de Inegi. <https://www.inegi.org.mx/temas/ PIB/>

Impacto social para Repartidores

Los repartidores pertenecen a un grupo de personas de menor rango de edad y menos dependientes familiares (1.9 dependientes económicos a su cargo) que los conductores. En la mayor parte de los casos, los ingresos obtenidos a través de la plataforma de DiDi suponen un complemento a otros ingresos personales y del hogar.

“Me gusta que tengo la oportunidad de escoger el pedido en una zona donde yo me siento seguro, porque además yo no busco un ingreso como tal, sino que busco un ingreso extra.”

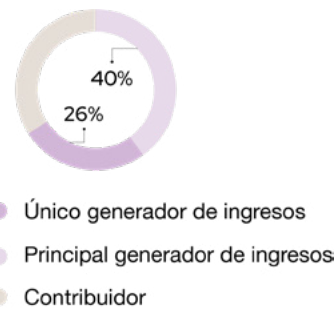
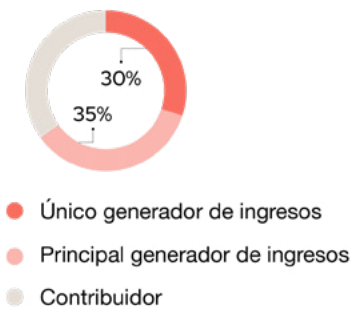
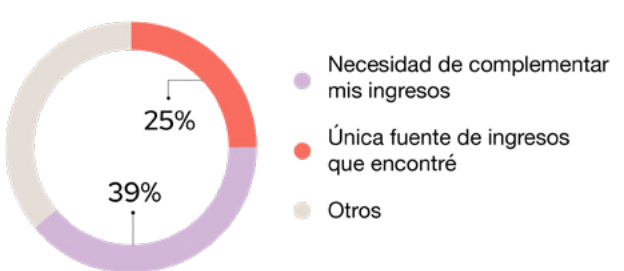


Arturo Gonzales
Repartidor

42%
De los repartidores valoran poder combinar su actividad profesional con otros aspectos personales.

22%
De los repartidores combina su actividad profesional con estudios.

23%
De incremento de ingresos para los repartidores desde que están registrados en DiDi.



Es una actividad que puedo compatibilizar con otros aspectos personales **42%**

Dependientes a cargo

2.41	2.22	1.51
------	------	------

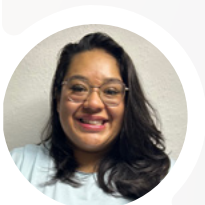
Dependientes a cargo

2.74	2.47	1.21
------	------	------

La necesidad de hacerse cargo de los dependientes económicos y sustentar al hogar sigue estando presente para los repartidores, pero en este caso, convive también con la oportunidad de buscar un mayor desarrollo personal. Por ello, la flexibilidad y la necesidad de conciliar la actividad profesional con otros aspectos personales resulta incluso más importante. El 42% de los repartidores valora positivamente poder conciliar su actividad profesional con su vida personal o familiar. En concreto, 22% de los repartidores encuestados, compatibiliza su actividad profesional con estudios.

Gracias a DiDi, los repartidores expresan haber percibido un incremento en sus ingresos del 23%. Además de favorecer la independencia económica, la aportación a los gastos del hogar o el cuidado de personas dependientes, esto permite a los repartidores aumentar su capacidad de consumo, en beneficio del conjunto de la economía, tal y como se ha reflejado en el capítulo “Cómo la plataforma de DiDi potencia su impacto económico a través de sus usuarios”.

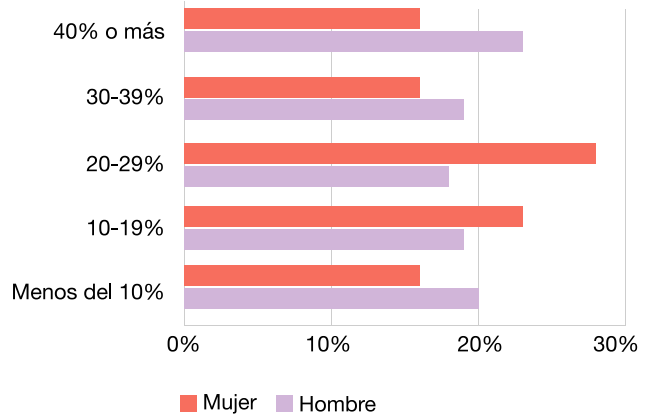
“En DiDi siempre hay pedidos, siempre hay trabajo. [...] Y algo que mucha gente no sabe es que DiDi nos ofrece un seguro, estamos cubierto por Sura, y si estamos conectados más de una media hora nos cubre el seguro. [...] La mayoría de trabajos que tengo son informales, y tener un seguro, estar protegida durante mi periodo de viaje, es como paz para mí, porque si sé que algo me pasa pues obviamente va a haber alguna protección para mí como persona y beneficios para mi hijo.”



Aline Yael Sibaja Oropeza
Repartidora

Como consecuencia de todo esto, el CS o impacto social que DiDi genera para sus repartidores asciende a \$11,180 millones de pesos. Esto es casi 4 veces superior al Valor Añadido Bruto (VAB) de los servicios postales en México¹³.

Incremento medio de ingreso por repartidor

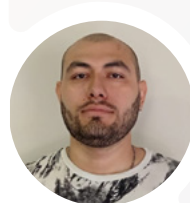


Cómo te ayuda DiDi

	Mujeres	Hombres
Ser independiente financieramente	5.5	5.6
Pagar servicios mensuales (energía, agua, etc.)	5.3	5.4
Desarrollarme personalmente	5.0	5.0
Cuidar de un dependiente	4.9	5.0
Ampliar mi capacidad de consumo y ocio	4.9	4.9

Valoración de las ventajas que proporciona DiDi en una escala de 1 a 7

“Mi niño acaba de nacer y he tenido la solvencia económica para pagarle las citas con el pediatra. [...] La flexibilidad de horario me permite tener más ocio para disfrutar con mi mujer y mi hijo.”

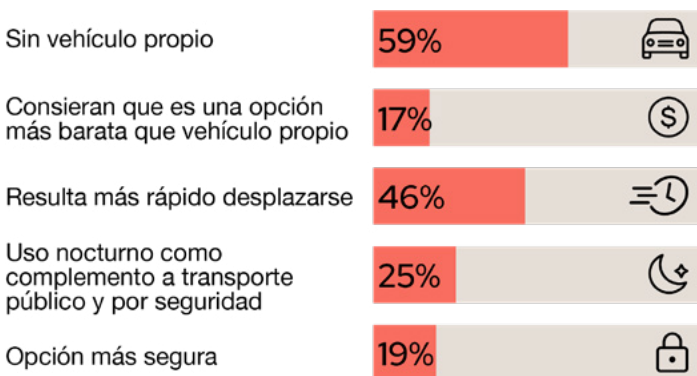


Jorge Eduardo de la Torre
Repartidor

¹³ Cálculo basado en la información sobre PIB por actividad económica de Inegi. <https://www.inegi.org.mx/temas/ PIB/>

Impacto social para los Pasajeros

DiDi no es solo un servicio. Ha mejorado la movilidad urbana y permite que las personas se muevan de forma rápida, segura y económica. Cualquiera puede beneficiarse de las ventajas de este servicio. El nivel de ingreso medio de los pasajeros está en línea con la media del país (aproximadamente 12,000 pesos al mes), lo que pone de manifiesto cómo DiDi es una opción de servicio asequible para la sociedad mexicana.



El 59% de las personas que usan el servicio no tiene un vehículo propio y el 17% considera que DiDi es una opción más barata para desplazarse.

Esta percepción también se soporta por un análisis financiero del coste de tener un vehículo propio frente al uso de servicios de movilidad de DiDi. Este tipo de análisis demuestran como hasta distancias recorridas de 5,499 kilómetros al año, DiDi ofrece ventajas claras en términos de coste para los usuarios. Los usuarios de DiDi podrían ahorrar \$44,236 pesos al año por persona, en comparación con los costos de tener un vehículo propio¹⁴. Esos \$44,236 pesos por persona son equivalentes a 43 veces la canasta básica de México.


59%
De los usuarios no tienen vehículo propio.

69
Horas al año ahorradas en tiempo de desplazamientos por usuario¹⁴.

\$44,236
Pesos ahorrados al año por usuario en comparación con tener vehículo propio.

45%
De los trayectos con origen o destino en áreas relativamente marginadas¹⁵.

“Con DiDi me he sentido segura porque puedo pedir ayuda en el momento que lo necesite sin ningún problema.”



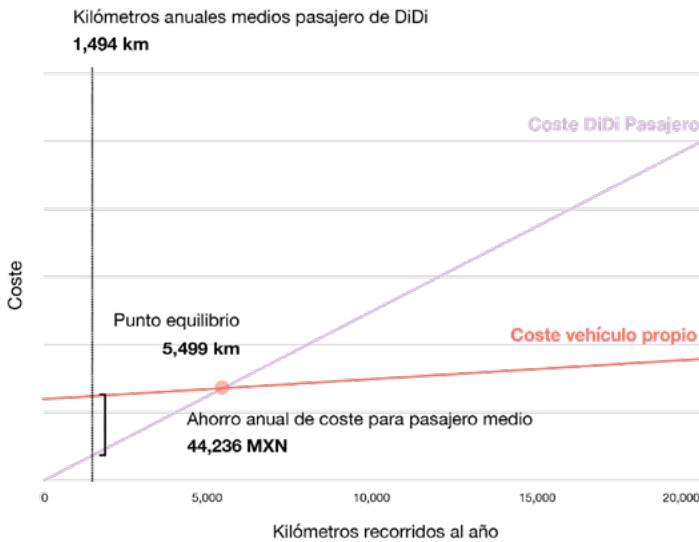
Karen Solorio
Pasajera

¹⁴ Calculado a partir de las respuestas a las encuestas. En el caso de pasajeros, tiene en cuenta el ahorro de tiempo en transporte en comparación con el modo de transporte que usaban antes de registrarse con DiDi.

¹⁵ Índices de marginación 2020, Gobierno de México <https://www.gob.mx/conapo/documentos/indices-de-marginacion-2020-284372>

¹⁶ La comparación tiene en cuenta la amortización anual del coste total de compra del vehículo (suponiendo un vehículo de gama media, con una vida útil de 12,5 años), el coste de seguro a todo riesgo, el mantenimiento anual preventivo, la verificación vehicular semestral, el impuesto anual de tenencia de vehículos y el costo de gasolina.

Figura 4. Comparación de costes anuales del vehículo propio frente a los servicios de DiDi



Elaboración KREAB

Figura 5. Porcentaje de viajes por nivel de marginación del origen y destino

		Destino				
		Muy alto	Alto	Medio	Bajo	Muy bajo
Origen	Muy alto	0.02%	0.02%	0.12%	0.00%	0.00%
	Alto	0.08%	1.34%	1.88%	0.80%	0.30%
	Medio	0.18%	1.66%	11.66%	8.52%	2.84%
	Bajo	0.08%	1.26%	9.56%	22.56%	10.84%
	Muy bajo	0.00%	0.24%	3.42%	11.04%	10.54%

Fuentes: Índices de marginación 2020, Gobierno de México <https://www.gob.mx/conapo/documentos/indices-de-marginacion-2020-284372>; y DiDi.
Elaboración KREAB

“Como pasajera, DiDi me da la confianza de que voy a llegar a mi domicilio. Yo viajo mucho por la tarde-noche y me hace sentir segura, sobre todo cuando voy con mi bebé. Pocas plataformas llegan a zonas donde llega DiDi, y el conductor llega en mucho menos tiempo. Con otras plataformas he podido esperar 1 hora y nunca llegaba el chofer o me cancelaban el viaje. Con DiDi lo máximo que he podido esperar ha sido 10 minutos y porque había tráfico.”



Andrea Elisabeth Jauregui Lee
Pasajera

El servicio de movilidad de DiDi es accesible para una gran mayoría de personas por su precio. Tras un análisis geográfico en el que se ha cruzado la información sobre el nivel de riesgo de marginación¹⁷ medio de Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara (según datos del Gobierno de México) con la información de una muestra representativa de trayectos de DiDi se ha determinado que el **45% de trayectos** se produce en zonas con un índice de marginación medio, alto o muy alto. Esto otorga independencia a las personas en su forma de moverse.

¹⁷ La marginación se define como un fenómeno estructural que se expresa en la dificultad para propagar el progreso técnico, y en la exclusión de grupos sociales del proceso de desarrollo y sus beneficios. El índice de marginación de México se construye en base a 4 dimensiones: educación, vivienda, distribución de la población e ingresos por trabajo. HYPERLINK “<https://www.gob.mx/conapo/documentos/indices-de-marginacion-2020-284372>” Índices de marginación 2020 | Consejo Nacional de Población | Gobierno | gob.mx

Figura 6.

Comparación del porcentaje de trayectos que tienen como origen o destino cada municipio de Ciudad de México con el nivel medio de riesgo de marginación de cada municipio.

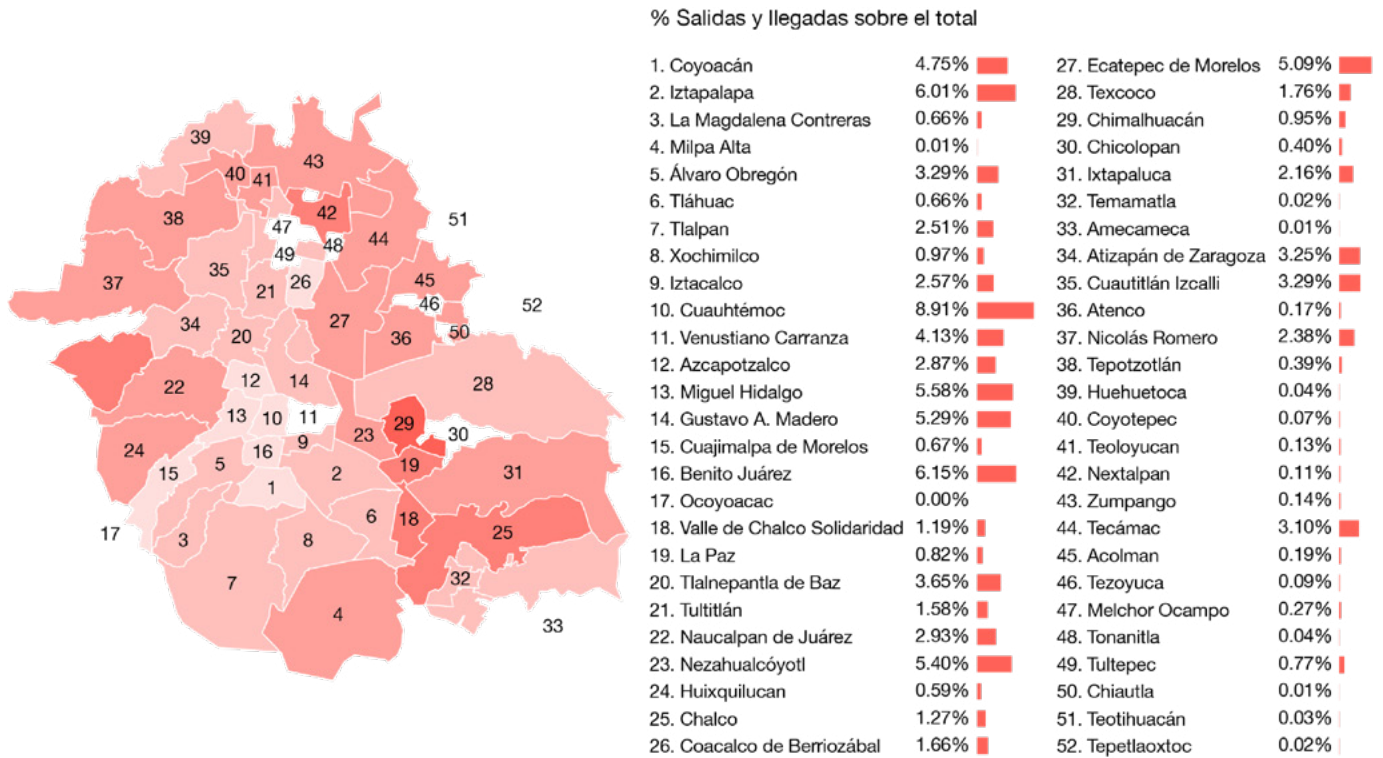
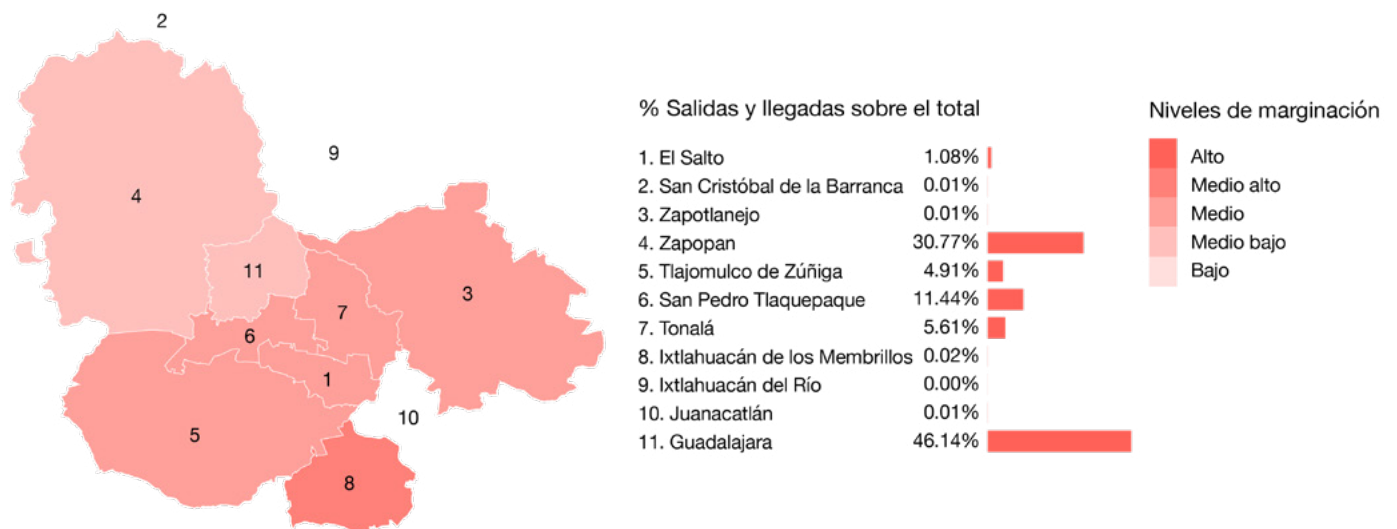


Figura 7.

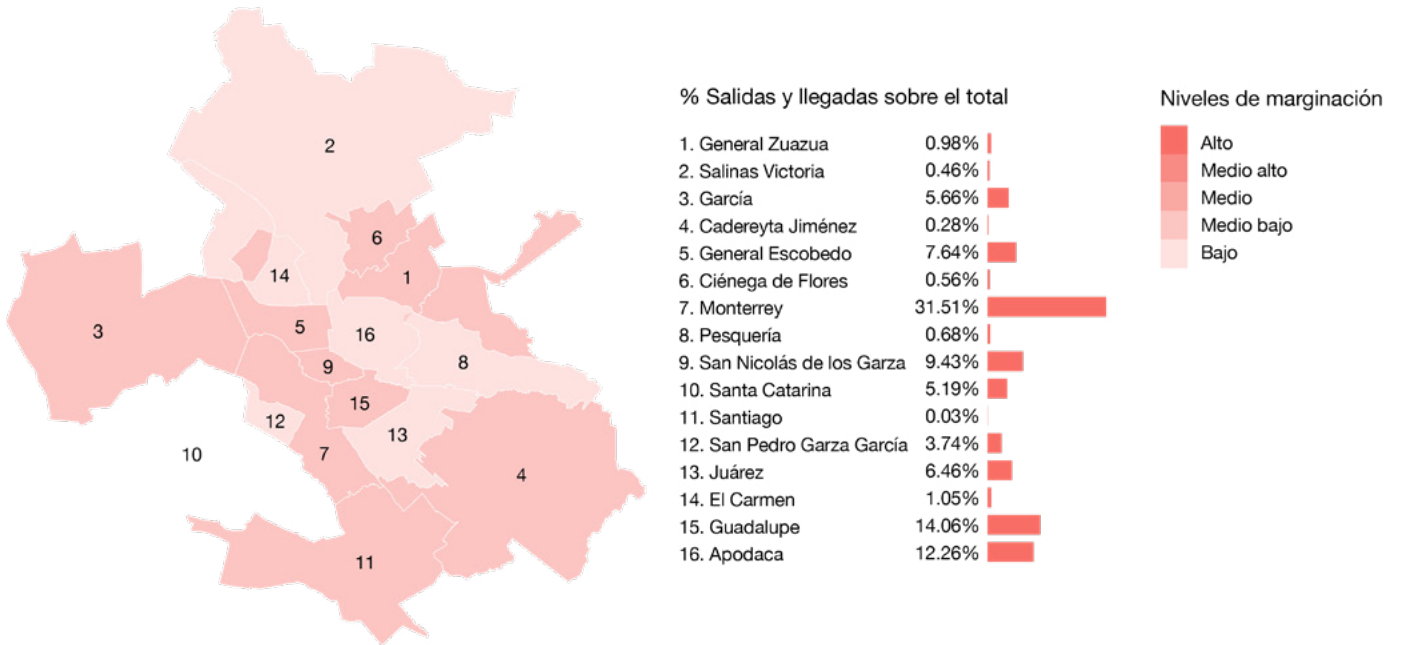
Comparación del porcentaje de trayectos que tienen como origen o destino cada municipio de Guadalajara con el nivel medio de riesgo de marginación de cada municipio.



Fuentes: Índices de marginación 2020, Gobierno de México <https://www.gob.mx/conapo/documentos/indices-de-marginacion-2020-284372>; y DiDi. Elaboración KREAB

Figura 8.


Comparación del porcentaje de trayectos que tienen como origen o destino cada municipio de Monterrey con el nivel medio de riesgo de marginación de cada municipio.



Fuentes: Índices de marginación 2020, Gobierno de México <https://www.gob.mx/conapo/documentos/indices-de-marginacion-2020-284372>; y DiDi. Elaboración KREAB

Además del ahorro en coste, los pasajeros manifiestan una reducción de tiempo de 29 minutos por trayecto, respecto al modo de transporte que utilizaban anteriormente. Teniendo en cuenta la frecuencia de uso promedio de DiDi, esto se traduce en un ahorro de tiempo de casi 69 horas al año por pasajero. En otras palabras, los usuarios de DiDi tienen 69 horas más al año.

“Cuando solo tenía un carro, mi pareja y yo teníamos que ir a trabajar y mi marido al principio me llevaba primero a mí y luego se iba a su trabajo. Luego pasé a pedir un DiDi y eso le ahorró mucho tiempo.”



Vanessa de la Rosa Calvillo
Pasajera



Todo esto ha supuesto un impulso para la movilidad de las personas en México. El 30% de los pasajeros consultados manifiesta haber aumentado la frecuencia de sus desplazamientos en, al menos, un 40%.

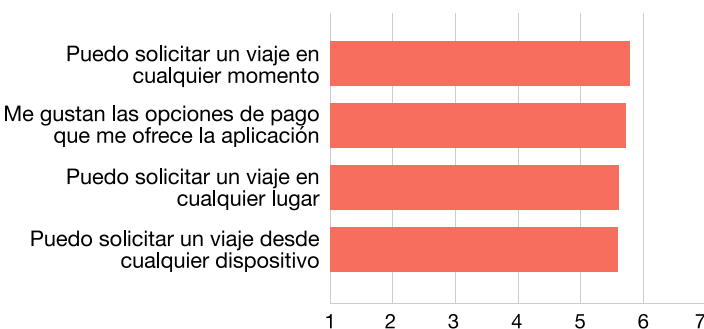
Pero la movilidad es solo un medio, no un fin. Su importancia radica, no en el desplazamiento en sí mismo, sino en para que se utiliza. En el caso de los usuarios de DiDi, lo utilizan mayormente para relacionarse con parientes o amigos, bien sea mediante visitas o actividades de ocio nocturno.

Un análisis de la distribución horaria del servicio de los conductores muestra como dan apoyo continuo a lo largo del día para poder cubrir todas las necesidades de los pasajeros, bien sea el acceso a trabajo o educación, a comercios y servicios o a ocio nocturno.

En este sentido, DiDi representa un complemento del transporte público durante la noche, pero no solo eso. El 46% de los pasajeros manifiesta compatibilizar los servicios de DiDi con el transporte público, y el 43% dice haber aumentado el uso del transporte público desde que es usuario de DiDi. Estos conceptos se explican con mayor detalle en el capítulo de Movilidad urbana.

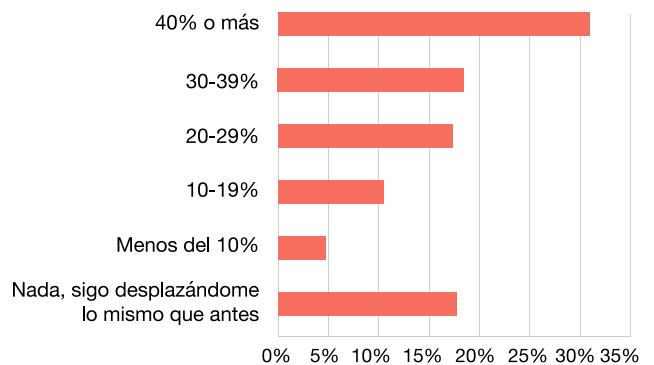
La clave del éxito de DiDi es la comodidad del servicio. El 100% de los usuarios coinciden en destacar, con valoraciones por encima de 5 sobre 7, donde 1 es nada de acuerdo y 7 totalmente de acuerdo, la facilidad de uso de la plataforma como elemento de valor añadido.

Todo esto hace que el CS o impacto social de DiDi ascienda a \$167,824 millones de pesos. Esto es superior al Valor Añadido Bruto (VAB) de los sectores de transporte aéreo, por ferrocarril y por agua de México¹⁸.



Valoración de funcionalidades de la aplicación de DiDi en una escala de 1 a 7

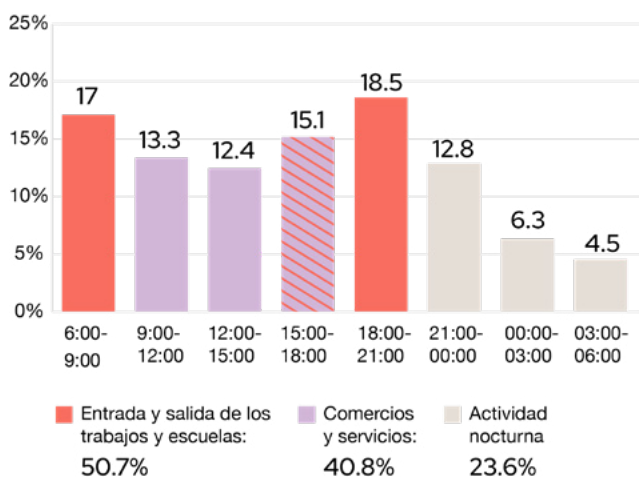
Incremento de la frecuencia de desplazamientos



Usos más frecuentes

	Mujeres	Hombres
Visitar parientes o amigos	23%	28%
Salir por la noche	16%	18%
Ir a comprar o comercios	14%	14%
Hospital y centros sanitarios	13%	12%
Recoger hijos de la escuela	9%	7%

Figura 9. Porcentaje de conductores ofreciendo servicio por horario

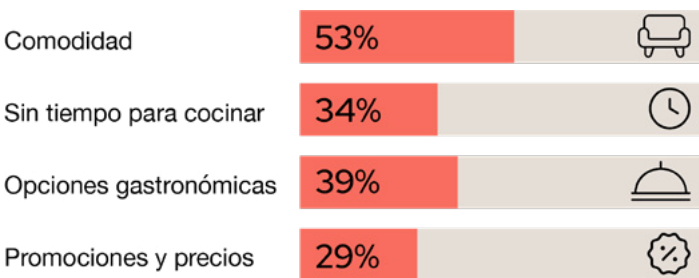


Elaboración KREAB

¹⁸ Cálculo basado en la información sobre PIB por actividad económica de Inegi. <https://www.inegi.org.mx/temas/ PIB/>

Impacto social para los Comensales

Los comensales son un público más joven (30 años de promedio) y sin apenas dependientes económicos (0.88 personas dependientes por usuario) en comparación con el resto de usuarios de DiDi, pero para los que su tiempo es igualmente importante. Buscan comodidad y el ahorro de tiempo como principales motivaciones para recurrir a los servicios de DiDi Food.



“DiDi tiene más promociones, más variedad de restaurantes y más opciones, y de allí ya ahorras.”



Ana Lorena Garduno Nieto
Comensal

El 77% de los pedidos de DiDi Food son para más de una persona, y el 44% de los consultados destaca la importancia de satisfacer los gustos de familia y amigos con la comida, lo que implica que pedir comida a domicilio es una actividad social que permite cuidar y promover las relaciones interpersonales. Los 46 minutos en promedio que los comensales manifiestan ahorrarse de tiempo cada vez que hacen un pedido, es tiempo que en muchas ocasiones se dedicará a disfrutar de la compañía de amigos y familiares. Eso son casi 64 horas al año, teniendo en cuenta la frecuencia de pedidos de los usuarios de DiDi Food.

77%

De los pedidos son para más de una persona.

64

Horas de ahorro de tiempo en promedio al año al usar DiDi Food.

430

Kilómetros de desplazamientos de usuarios ahorrados al año.

*“Los beneficios que me ha traído la aplicación de comida son facilitarme la vida, porque con otras cosas de la casa **y cuidar de los niños no tengo tiempo para cocinar.** Una cosa que me gusta mucho es que hay todo tipo de comida y que también tiene la opción de recoger en el restaurante. En comparación con otras plataformas, los repartidores no tardan tanto. Otra cosa es que, si el restaurante se equivoca o algo, lo puedes reportar inmediatamente a DiDi y te reembolsan el dinero. Para mí, ha sido una mano cuando estoy haciendo otros mandados y me da más tranquilidad.”*

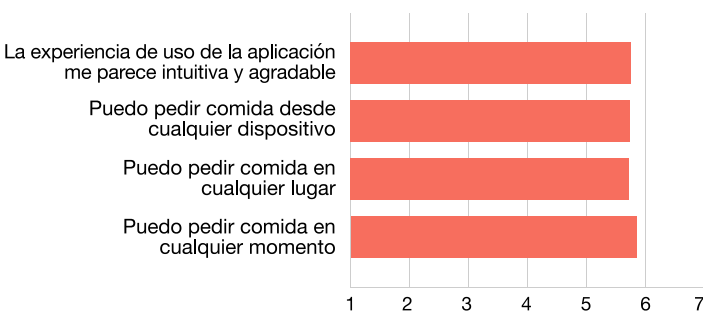


Adriana Alejandra Monsivais Carriz
Comensal



La mayor comodidad no solo se muestra en términos de tiempo. En promedio, los usuarios estiman que se ahorran un desplazamiento de 5.2 kilómetros cada vez que hacen un pedido a través de DiDi Food para que se lo traigan a domicilio. Esto equivale a 430 kilómetros al año o (casi) la distancia que une Ciudad de México y Oaxaca de Juárez por coche.

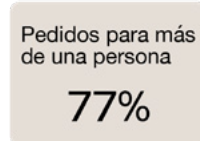
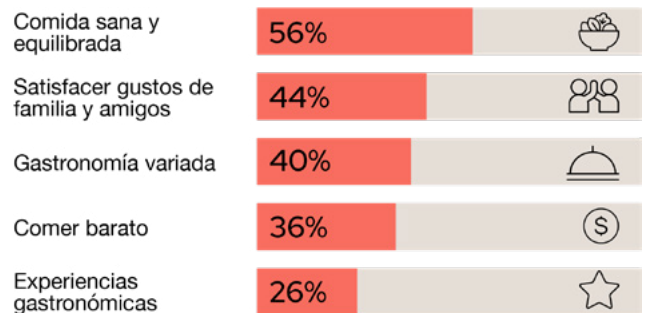
De nuevo, la clave del éxito de DiDi Food es la comodidad del servicio. El 100% de los usuarios coinciden en destacar, con valoraciones por encima de 5 sobre 7, donde 1 es nada de acuerdo y 7 totalmente de acuerdo, la facilidad de uso de la plataforma como elemento de valor añadido.



Valoración de funcionalidades de la aplicación de DiDi en una escala de 1 a 7

Esto junto con el acceso a restaurantes locales y la asequibilidad del servicio hacen que el CS o impacto social que genera DiDi para los comensales ascienda a \$28,177 millones de pesos. Esto es equivalente al Valor Añadido Bruto (VAB) de la Industria fílmica, del vídeo y del sonido en México¹⁹.

Atributos más buscados

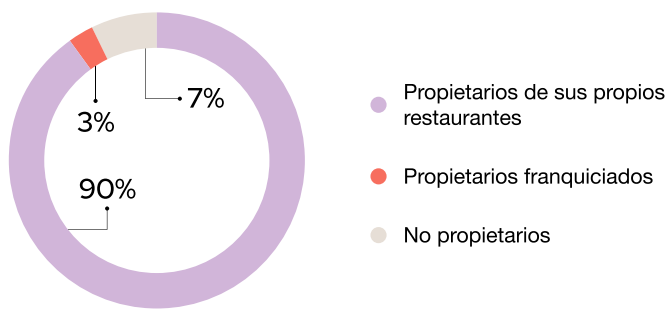


¹⁹ Cálculo basado en la información sobre PIB por actividad económica de Inegi. <https://www.inegi.org.mx/temas/pib/>

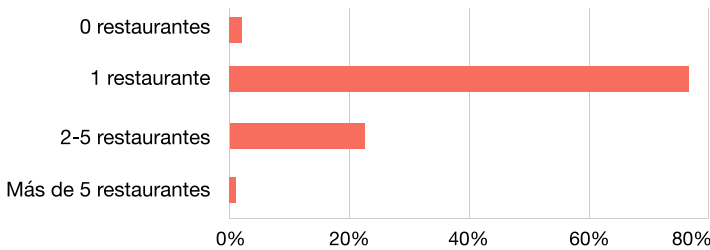
Impacto social para los Restaurantes

La mayor parte de los restaurantes que están registrados en DiDi son pequeños establecimientos independientes. En casi el 80% de los casos, los propietarios tienen solo un establecimiento, en el cual el canal físico sigue representando una fuente significativa de ingresos.

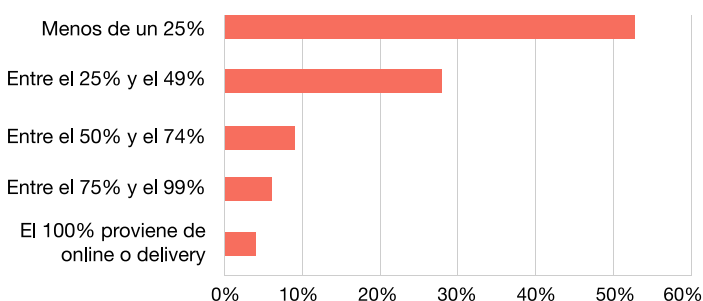
Tipo de usuario



Número de restaurantes por propietario



Porcentaje de ventas online



80%

De los propietarios poseen solo 1 restaurante.

19%

Incremento de ventas de los restaurantes desde que están registrados en DiDi.

35%

De los restaurantes han optimizado costos gracias a la digitalización facilitada por DiDi.

25%

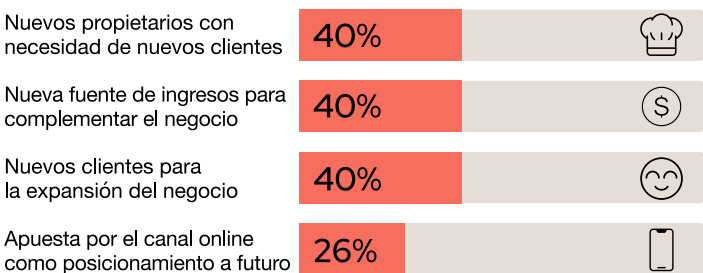
De los restaurantes han contratado personal desde que están registrados en DiDi.

“Con este servicio consigo aumentar mis ventas porque entre el asesor [de DiDi] y yo creamos algunas campañas y promociones. [...] Al contar con la flota de DiDi, te ayuda a llegar a lugares más lejos de la que es mi zona de entrega. Estoy llegando a muchos lugares y estoy siendo una marca reconocida.”

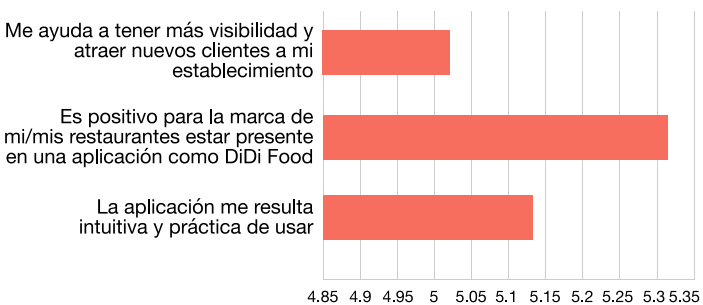
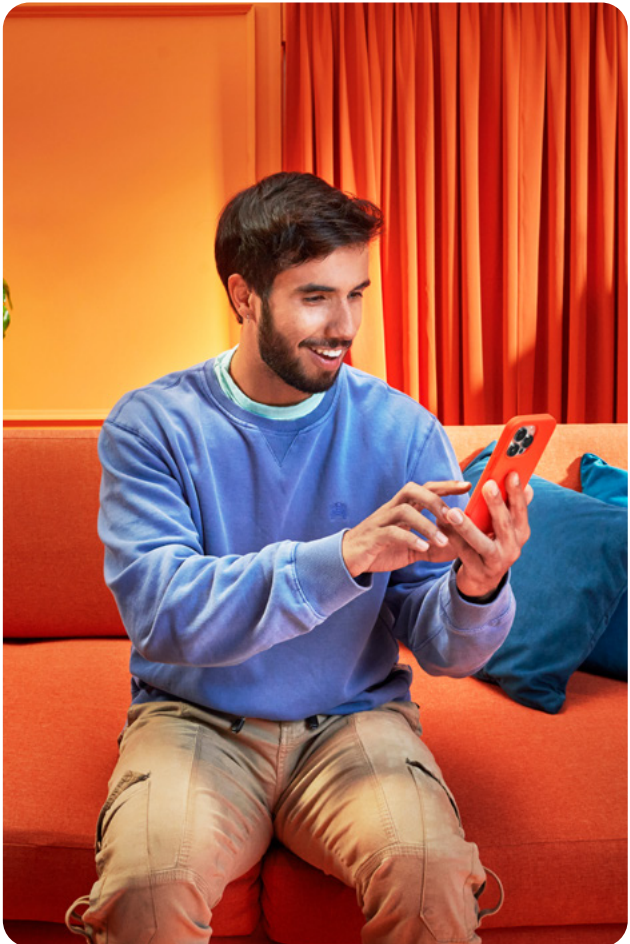


Jorge Vazquez Corona
Propietario de restaurante

Los restaurantes han encontrado en la plataforma de DiDi un canal clave para expandir su alcance y fortalecer su presencia en el mercado. Para el 40% de ellos, esto ha representado la oportunidad de iniciar su negocio desde cero, mientras que otro 40% ha logrado impulsar significativamente su crecimiento al acceder a una base de clientes más amplia y diversa. Esta confianza en la plataforma les permite no solo aumentar sus ventas, sino también adaptarse a las nuevas tendencias de consumo digital.

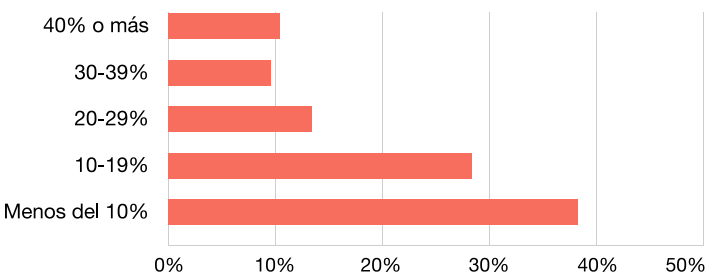


La imagen representa diferentes motivos por los que los restaurantes confían en DiDi como un canal estratégico para ofrecer sus productos. DiDi ayuda a los restaurantes no solo a desarrollar un nuevo canal de venta, sino también a reforzar su canal tradicional gracias a una mejora de su visibilidad y marca. Gracias a esta apuesta, **los restaurantes que trabajan con DiDi han visto crecer sus clientes en un 17% y sus ventas en un 19%.**



Valoración de funcionalidades de la aplicación de DiDi en una escala de 1 a 7

Atracción de nuevos clientes



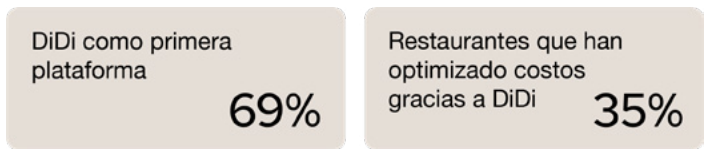
“Te da mayor exposición a gente que no ubicaba tu restaurante. Genera curiosidad de los comensales para visitar el sitio físico.”



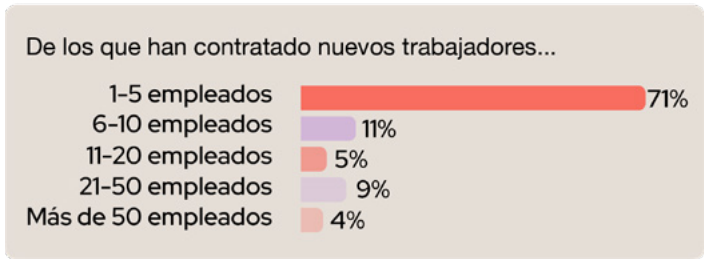
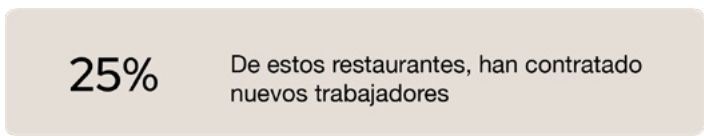
José Manuel Carrillo Salazar
Propietario de restaurante

Adicionalmente, el uso de una plataforma como DiDi como instrumento de gestión del negocio ha invitado a los restaurantes a reforzar su apuesta por la digitalización de sus procesos.

El 69% de los restaurantes que están registrados en DiDi la eligieron como su primera plataforma digital, lo que destaca su papel fundamental en la modernización del sector. Además, una parte significativa de estos restaurantes ha reportado ventajas relacionadas con la reducción de costos operativos. De hecho, se puede afirmar que el 35% de los restaurantes asociados con DiDi han logrado optimizar sus costos gracias a las herramientas y oportunidades que la plataforma les ofrece, facilitando un modelo de negocio más eficiente y digitalizado.



El crecimiento de los negocios no solo ha favorecido a sus propietarios, sino que ha permitido crear empleos para la sociedad. El 25% de los restaurantes manifiesta que ha podido contratar a más personas desde que usa DiDi Food. En concreto, estos negocios habrían creado una media de 12 puestos de trabajo por restaurante.



Todo esto ha contribuido a una creación de CS o impacto social para los restaurantes que asciende a 1,104 millones de pesos. Esto es equivalente a la mitad del Valor Añadido Bruto (VAB) del sector de confección de accesorios de vestir²⁰.

“DiDi me facilita mucho todo lo que es la contabilidad [con las retenciones]. Te ayuda a hacer una declaración más exacta. Los puedes tener desde tu celular [...] Bajas el reporte, y puedes chequear tus horas de ventas, en cuales se presentas más problemas y puedes trabajar en esto.”



Jorge Vazquez Corona
Propietario de restaurante

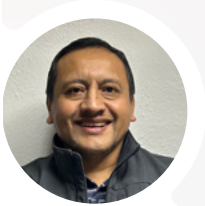


²⁰ Cálculo basado en la información sobre PIB por actividad económica de Inegi. <https://www.inegi.org.mx/temas/pib/>

Usuarios de DiDi Préstamos

Cuando una persona tiene un problema en su hogar o en su negocio que implique hacer un desembolso imprevisto o adicional de dinero, requiere una solución ágil y cómoda capaz de adaptarse a sus necesidades. Ese es el valor de DiDi Préstamos.

“DiDi me ha ayudado mucho en situaciones donde he necesitado dinero. Por ejemplo, con posturas de automóvil o emergencias de salud, porque es inmediato. Pides el préstamo y en cinco minutos ya lo tienes.”



Jorge Rivera Reyes
Conductor y usuario de DiDi Préstamos

Independientemente de si es para el ámbito personal o profesional, los usuarios destacan a DiDi Préstamos como una solución rápida y cómoda, adaptable y en la que confían.

Gracias a esto, pueden hacer frente a imprevistos o necesidades puntuales de gastos o liquidez, así como financiar su consumo e inversiones.

El perfil del usuario medio tiene un nivel de ingresos ligeramente superior a la media nacional (14,236 pesos), sin cargas familiares significativamente elevadas. Por ejemplo, solo tienen 1.37 dependientes a cargo de media, y en el 57% de los casos, sus ingresos en el hogar son complementados con los de otros miembros. Por lo tanto, son personas que pueden contar con otros recursos pero que la agilidad y comodidad que ofrece DiDi, les ayuda a resolver de forma cómoda necesidades puntuales. Así, la solución de DiDi Préstamos les permite aumentar su capacidad adquisitiva en un importe que equivale al 71% de sus ingresos “ordinarios” anuales²³.

2,249,597

Jornadas laborales ahorradas al año para los usuarios de DiDi Préstamo²¹.

57.6

Kilómetros ahorrados al año por usuario en solicitud de préstamo²².

71%

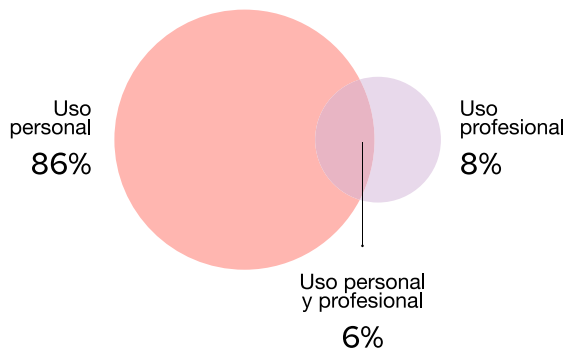
Incremento de capacidad adquisitiva por usuario por la financiación concedida por DiDi.



²¹ Calculado a partir de las respuestas a las encuestas. Tiene en cuenta el ahorro de tiempo en traslados y gestiones asociadas a la solicitud de un préstamo por medios tradicionales, como un banco.

²² Calculado a partir de las respuestas a las encuestas. Tiene en cuenta el ahorro de traslados asociados a la solicitud de un préstamo por medios tradicionales, como un banco.

²³ Este cálculo no toma en consideración los intereses que los usuarios deben pagar posteriormente.



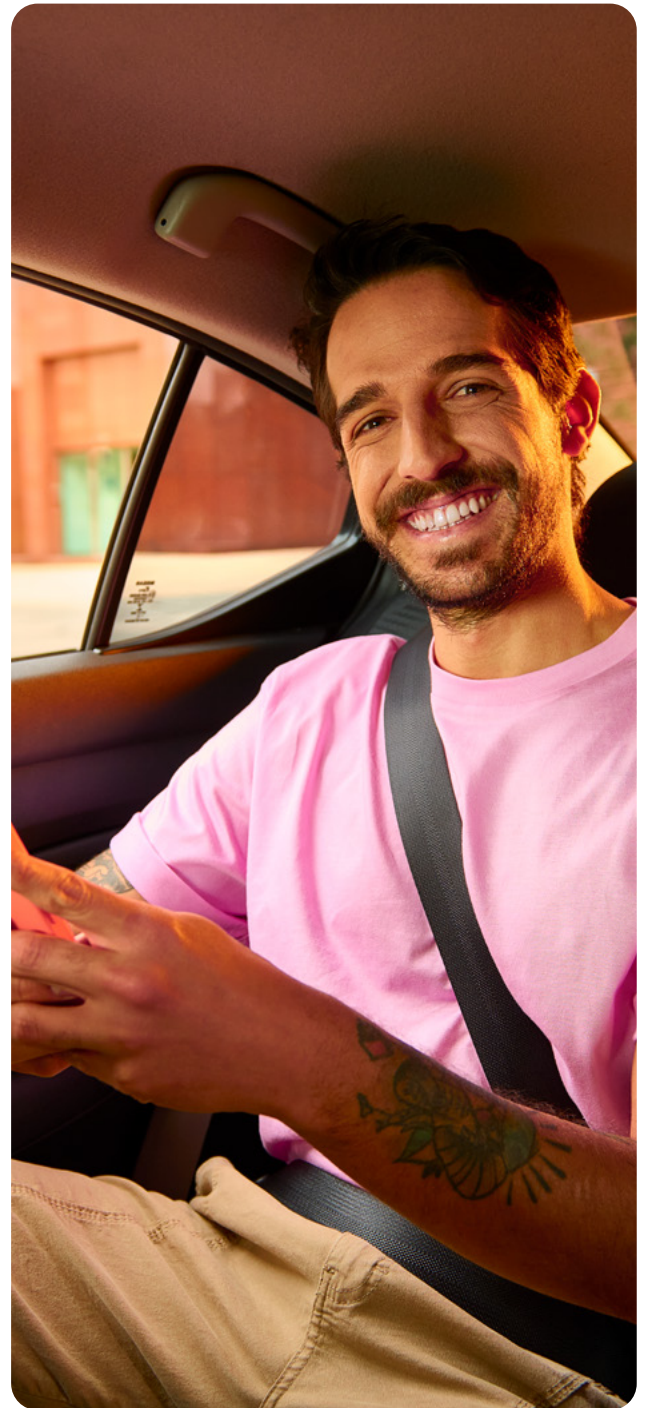
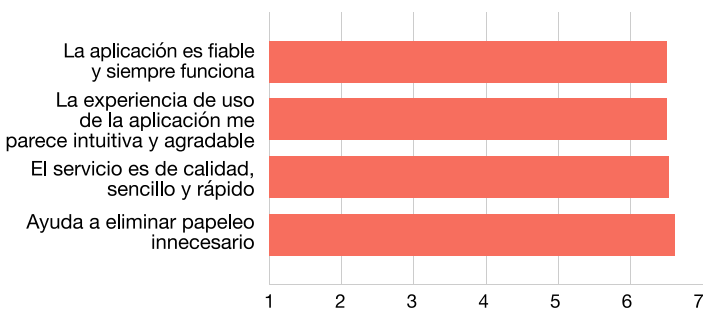
MOTIVACIÓN

	Uso personal	Uso profesional
Es la forma más ágil y cómoda de solicitar un crédito	20%	27%
Confío en DiDi	18%	17%
Me ofrecieron una promoción para la contratación del crédito	20%	15%

USOS

	Uso personal	Uso profesional	
Hacer frente a imprevistos	43%	31%	Necesidades puntuales de liquidez
Cubrir gastos corrientes	30%	30%	Pagar otras deudas
Financiación necesidades de consumo	9%	24%	Acometer inversiones

Gracias a las ventajas que ofrece la plataforma, los usuarios llegan a ahorrarse 67 minutos y un desplazamiento de 8.0 kilómetros cada vez que solicitan un préstamo. Teniendo en cuenta todos los usuarios de DiDi Préstamos y el conjunto de préstamos que solicitan, esto supone 2,249,597 jornadas laborales ahorradas al año. Esto es equivalente a la jornada anual de 1,023 profesionales a tiempo completo.



100%
De los usuarios valora por encima de 5 sobre 7 la conveniencia de la plataforma de DiDi

Otros impactos: el valor de la seguridad

Los efectos de la plataforma de DiDi sobre el bienestar van más allá de sus propios usuarios. Al hacer uso de la plataforma, mejoran su propia calidad de vida y también contribuyen al bienestar de otros y la sociedad en general. Se genera un efecto contagio del bienestar.

Seguridad de las personas

DiDi pone a disposición de sus usuarios funciones, para favorecer su propia seguridad y la de otros, bien sean peatones, pasajeros o comensales. Esto es aún más importante para colectivos especialmente vulnerables como mujeres, personas mayores o personas con discapacidad.

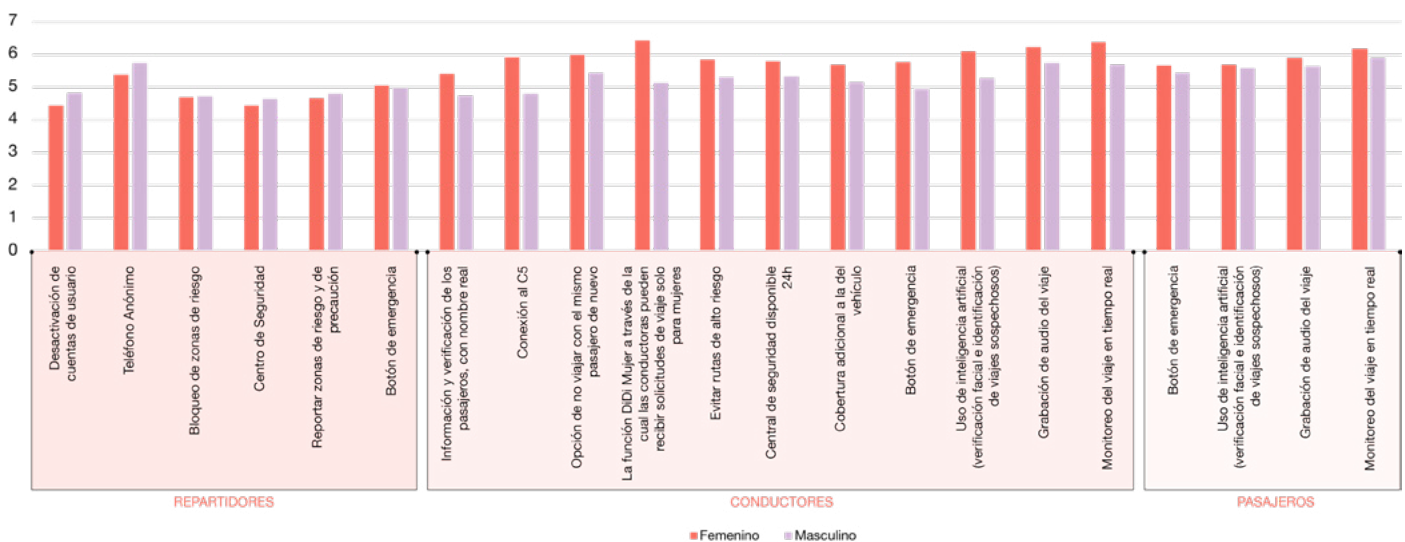
Como parte de las encuestas que se realizaron a los usuarios de DiDi en el contexto del presente estudio (ver anexo III para conocer más sobre los detalles metodológicos), se les solicitó evaluar en una escala de 1 (nada útil) a 7 (muy útil) las medidas del ecosistema de seguridad de DiDi.

“Como conductor, te permite ver los viajes que lleva el usuario, cuantas estrellas tiene, si va a una zona de riesgo o una zona bien, puntos A-B, si va a hacer una parada, [...], puedes escoger solo usuarias mujeres...Esto me da como beneficio la seguridad porque puedes ver la experiencia del usuario en otros viajes.”



Mónica Sánchez
Conductora

Figura 10. Valoración de las principales medidas de seguridad de DiDi. Escala 1 - 7



Elaboración KREAB

Verificación de pasajeros



La verificación de pasajeros permite validar la cuenta de los nuevos pasajeros que se registran en la app antes de que puedan solicitar su primer viaje. Este proceso se puede realizar escaneando un documento de identidad oficial o licencia para conducir, cumpliendo con un proceso de detección en vivo a través de una foto selfie; o ingresando una tarjeta bancaria.

Conexión al C4 y C5



Los viajes realizados a través de DiDi están conectados a los C4 y C5 estatales. En caso de una situación de riesgo, el usuario podrá presionar el Botón de Emergencia y completar la llamada al 911. Con la integración con Carbyne, los agentes del C4 y C5 tendrán acceso inmediato a la información del usuario como datos personales, información del vehículo y detalles del viaje.

“Algo que me gusta de DiDi como conductor es la seguridad. La plataforma de DiDi me dice el punto exacto donde voy a levantar a una persona [...]. Me gusta que la plataforma me de la seguridad de dónde voy a terminar un viaje. La plataforma de DiDi marca las zonas de riesgos donde la incidencia de robo o atraco es alta, y da más información sobre el riesgo [...].”



José Luis López Román
Conductor

Como resultado, los usuarios mostraron tener una opinión ampliamente favorable sobre todas las medidas, con valoraciones medias en todos los casos por encima de 4 puntos.

Las medidas mejor valoradas por los usuarios son la función DiDi Mujer, que permite a las conductoras recibir solicitudes únicamente de mujeres; el monitoreo en tiempo real del viaje; la grabación de audio durante el viaje; y el uso de inteligencia artificial.

“Como pasajera, cuando viajo con mis hijas me siento segura por poder elegir la ruta aunque al conductor le marque por otro lado y poder comunicarme sin tener que compartir ubicación por todos lados. Me hace sentir tranquila por las noches.”



Gabriela Valencia Moreno
Pasajera



Movilidad urbana

El uso que realizan los pasajeros y comensales de la plataforma de DiDi contribuye a una mejora de la movilidad urbana con efectos positivos sobre el bienestar de las personas asociadas a:

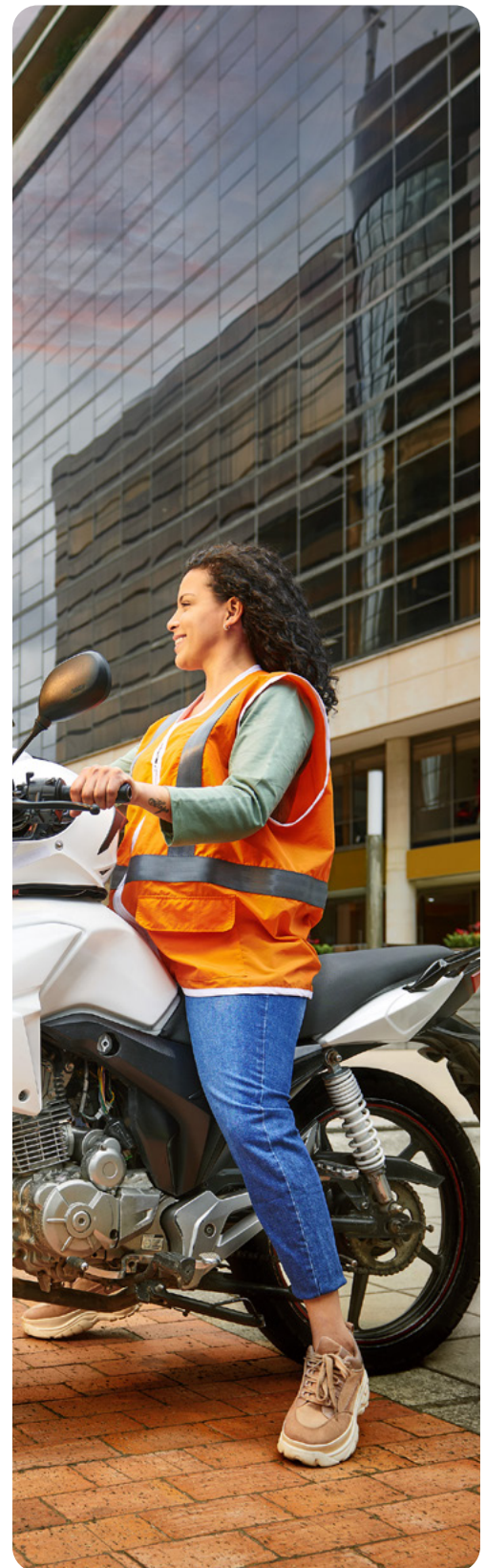
- **Complementariedad de los servicios de intermediación tecnológica de DiDi con el transporte público:** como se ha descrito en el capítulo dedicado al análisis del excedente del consumidor de los pasajeros, el 46% de ellos manifiesta compatibilizar los servicios de DiDi con el transporte público. Para profundizar sobre el potencial de complementariedad de los servicios prestados a través de la aplicación de DiDi con el transporte público, se ha realizado un análisis específico sobre una muestra aleatoria de 15,000 viajes de DiDi en México. En particular, sobre esta muestra de viajes, se ha realizado un análisis geoespacial para determinar para cuántos de ellos el origen o destino se encontraba a menos de 100 metros de distancia de una parada de transporte público. Como resultado, se ha determinado que el 29.94% de los trayectos están conectados con al menos una estación de transporte público en el origen o en el destino. Esto demuestra la capacidad de los servicios de DiDi para conectar a los pasajeros con otras opciones de transporte público y fomentar así la multimodalidad de transporte. Por otro lado, el 70.06% restante de los trayectos comienza o finaliza en zonas sin conexión con transporte público, esto pone de manifiesto como DiDi complementa otras modalidades de transporte y pone solución a los desiertos de transporte, ofreciendo una alternativa segura y confiable a sus usuarios.

Conectividad con transporte público²⁴

Figura 11. Porcentaje de viajes por nivel de conexión con paradas de transporte público

		Destino			
		Sin conexión con transporte público	1-2 estaciones	3-5 estaciones	Más de 5 estaciones
Origen	Sin conexión con transporte público	70.06%	8.86%	2.73%	0.56%
	1-2 estaciones	9.20%	2.73%	0.77%	0.09%
	3-5 estaciones	3.08%	0.85%	0.28%	0.05%
	Más de 5 estaciones	0.64%	0.08%	0.01%	0.00%

Elaboración KREAB



²⁴ Calculado a partir de la media de Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara

Figura 12.

Mapa del porcentaje de solicitudes de DiDi por nivel de conexión con paradas de transporte público en Ciudad de México

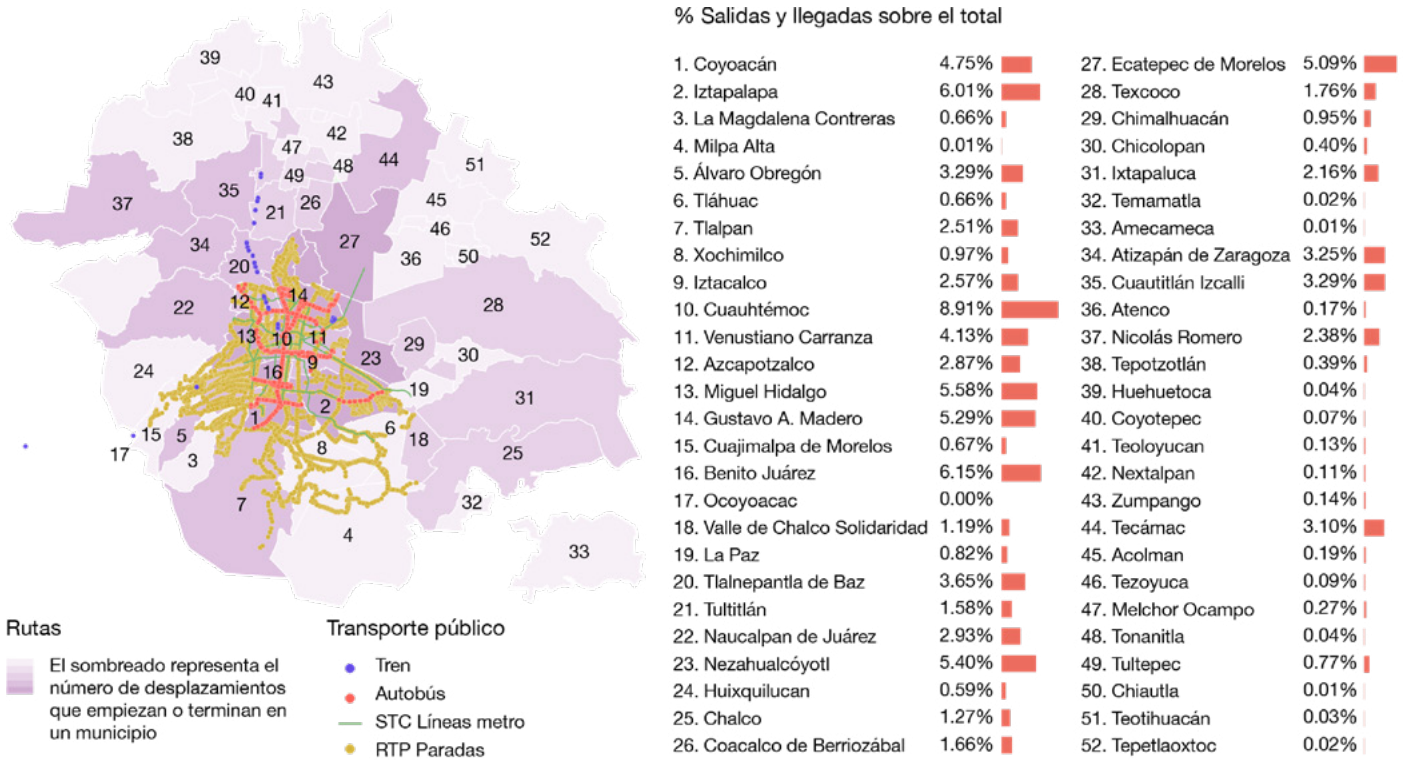
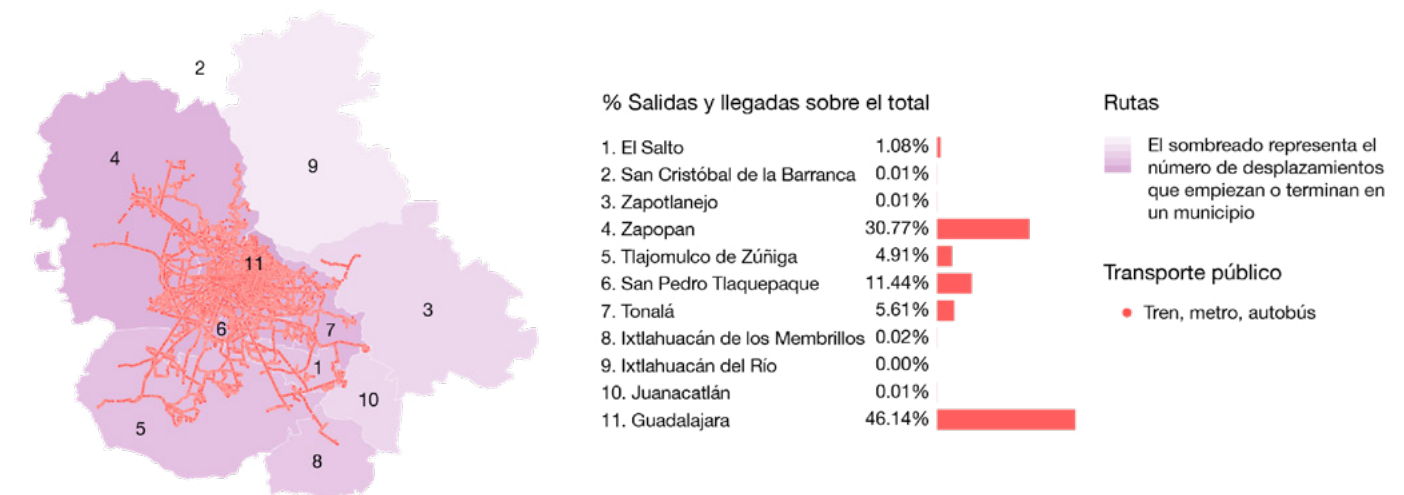


Figura 13.

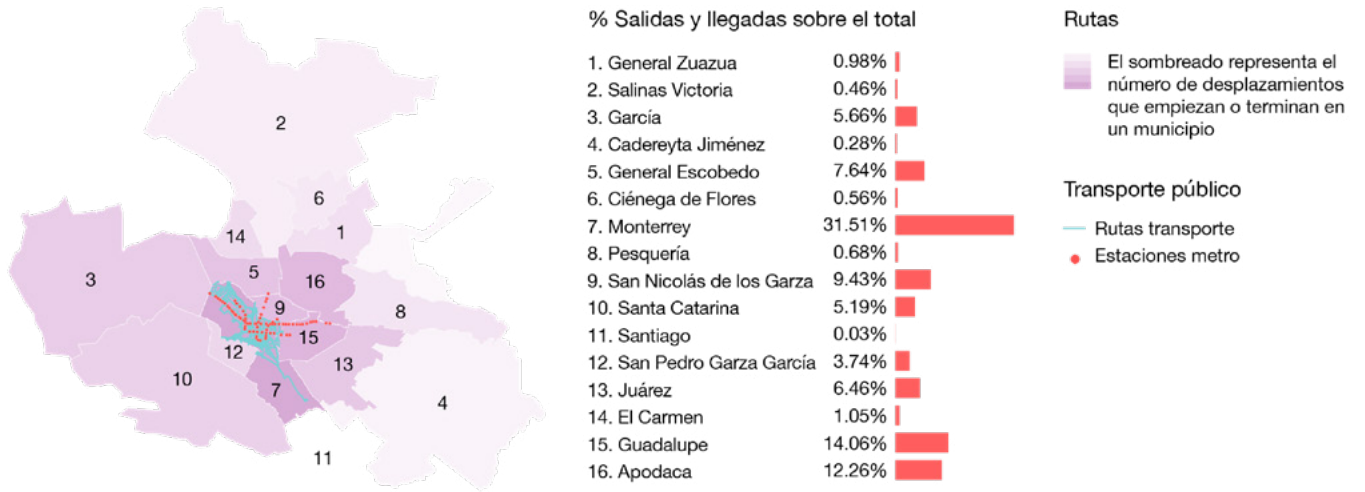
Mapa del porcentaje de solicitudes de DiDi por nivel de conexión con paradas de transporte público en Guadalajara



Fuentes: Índices de marginación 2020, Gobierno de México <https://www.gob.mx/conapo/documentos/indices-de-marginacion-2020-284372>; y DiDi. Elaboración KREAB

Figura 14.

Mapa del porcentaje de solicitudes de DiDi por nivel de conexión con paradas de transporte público en Monterrey



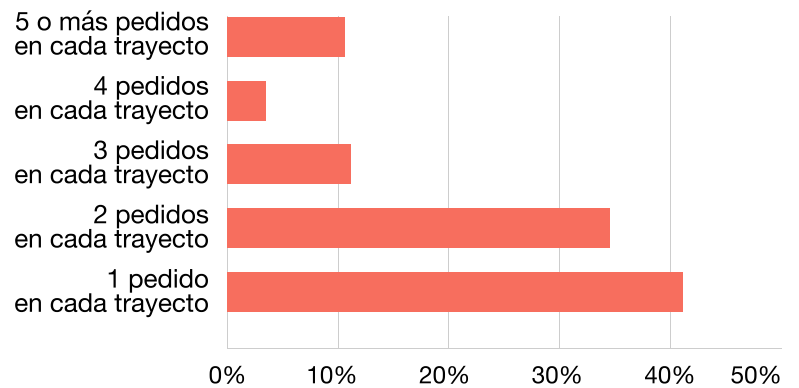
Fuentes: Índices de marginación 2020, Gobierno de México <https://www.gob.mx/conapo/documentos/indices-de-marginacion-2020-284372> ; y DiDi. Elaboración KREAB





- **Mayor eficiencia en las entregas de DiDi Food:** tal y como se refleja en las encuestas realizadas, en ocasiones los usuarios repartidores deciden agrupar varios pedidos en un solo trayecto. Esto les permite realizar la actividad y obtener ganancias de forma más eficiente.

Porcentaje de pedidos concentrados por trayecto



Se estima una reducción de las necesidades de transporte de 254 millones de kilómetros al año frente a si los repartos se hicieran sin agrupar²⁵.

- **Desplazamientos evitados:** en el caso de los servicios de DiDi Préstamos, la digitalización de los procesos relacionados con la solicitud y concesión de la financiación contribuye a evitar los desplazamientos que tradicionalmente los usuarios tenían que hacer hacia sus entidades bancarias. Como se describe en el capítulo dedicado al análisis del Excedente del Consumidor de los usuarios de DiDi Préstamos, según la información recopilada en la encuesta a usuarios, cada persona se estaría ahorrando 8,0 kilómetros en desplazamiento al banco cada vez que solicita un préstamo o, lo que es lo mismo, 57,6 kilómetros al año teniendo en cuenta todos los préstamos que como media cada persona solicita al año.

²⁵ Teniendo en cuenta la cantidad de pedidos agrupados y la distancia media entre los restaurantes y el lugar de entrega (recopilado a través de las encuestas a los usuarios comensales)

Conclusión

Desde 2018, DiDi, gracias a su posición como plataforma líder en el país, ha generado un efecto positivo en la sociedad mexicana que va mucho más allá de su contribución directa al PIB o al empleo de la economía.

Esta contribución se mide en términos del impacto social y el bienestar que genera en sus usuarios y cómo se extiende al conjunto de la sociedad. El estudio económico y econométrico realizado permite afirmar que la flexibilidad y la autonomía que proporciona la plataforma de DiDi a sus usuarios son las claves de ese impacto social.

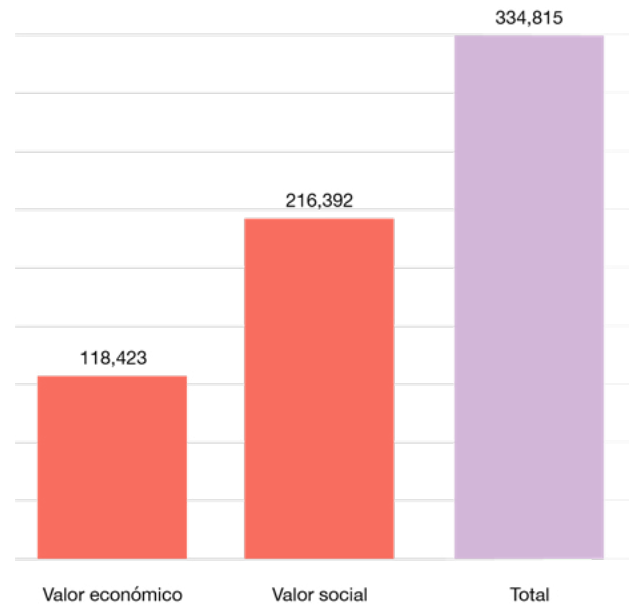
Es esa flexibilidad y autonomía la que empodera a los usuarios en sus decisiones y les da la libertad que necesitan para conciliar sus intereses económicos con el cuidado de las personas de su entorno y de sí mismos.

En otras palabras, la actividad de DiDi no solo contribuye al desarrollo económico, sino también a la cohesión social de México.

Así, en términos agregados, DiDi genera un valor para la sociedad mexicana de \$334,815 millones de pesos, teniendo en cuenta todos los efectos.

Adicionalmente, el modelo de negocio de DiDi es virtuoso en la forma en la que asegura la cercanía con sus usuarios, salvaguarda la seguridad de los usuarios y, mediante la asequibilidad de sus servicios, da apoyo a todos los colectivos sociales.

Figura 15.
Desglose de los impactos de DiDi



Elaboración KREAB



Anexo I: desglose por ciudades

Ciudad de México

0.75%

Peso sobre el PIB por los \$28,512 millones de pesos de actividad directa, indirecta e inducida generada.

0.61%

De los ocupados en México, por los puestos de trabajo asociados a la actividad indirecta e inducida.

\$65,752

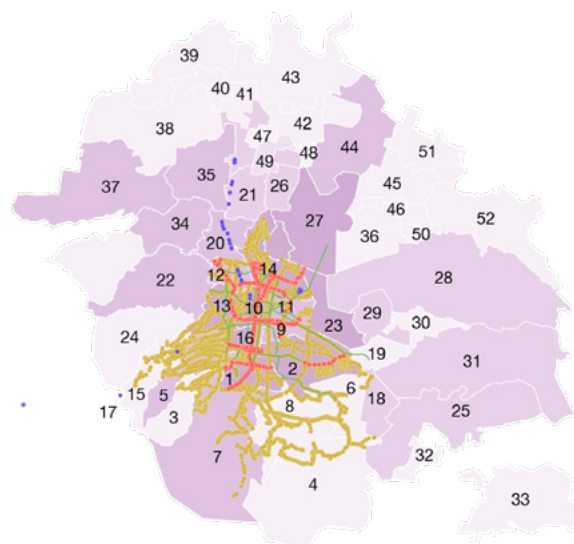
Millones de pesos de impacto social, medido a través del excedente del consumidor.

81.9%

De los trayectos de DiDi no tienen alternativa por transporte público.

Conectividad con transporte público

		Destino			
		Sin conexión con transporte público	1-2 estaciones	3-5 estaciones	Más de 5 estaciones
Origen	Sin conexión con transporte público	81.91%	5.08%	1.87%	0.77%
	1-2 estaciones	5.36%	0.85%	0.26%	0.15%
	3-5 estaciones	2.13%	0.32%	0.12%	0.10%
	Más de 5 estaciones	1.01%	0.07%	0.02%	0.00%



Rutas

El sombreado representa el número de desplazamientos que empiezan o terminan en un municipio

Transporte público

- Tren
- Autobús
- STC Líneas metro
- RTP Paradas

% Salidas y llegadas sobre el total

1. Coyoacán	4.75%	27. Ecatepec de Morelos	5.09%
2. Iztapalapa	6.01%	28. Texcoco	1.76%
3. La Magdalena Contreras	0.66%	29. Chimalhuacán	0.95%
4. Milpa Alta	0.01%	30. Chicolopan	0.40%
5. Álvaro Obregón	3.29%	31. Ixtapaluca	2.16%
6. Tláhuac	0.66%	32. Temamatla	0.02%
7. Tlalpan	2.51%	33. Amecameca	0.01%
8. Xochimilco	0.97%	34. Atizapán de Zaragoza	3.25%
9. Iztacalco	2.57%	35. Cuautitlán Izcalli	3.29%
10. Cuauhtémoc	8.91%	36. Atenco	0.17%
11. Venustiano Carranza	4.13%	37. Nicolás Romero	2.38%
12. Azcapotzalco	2.87%	38. Tepotzotlán	0.39%
13. Miguel Hidalgo	5.58%	39. Huehuetoca	0.04%
14. Gustavo A. Madero	5.29%	40. Coyotepec	0.07%
15. Cuajimalpa de Morelos	0.67%	41. Teoloyucan	0.13%
16. Benito Juárez	6.15%	42. Nextlalpan	0.11%
17. Ocoyoacac	0.00%	43. Zumpango	0.14%
18. Valle de Chalco Solidaridad	1.19%	44. Tecámac	3.10%
19. La Paz	0.82%	45. Acolman	0.19%
20. Tlalnepantla de Baz	3.65%	46. Tezoyuca	0.09%
21. Tultitlán	1.58%	47. Melchor Ocampo	0.27%
22. Naucalpan de Juárez	2.93%	48. Tonanitla	0.04%
23. Nezahualcóyotl	5.40%	49. Tultepec	0.77%
24. Huixquilucan	0.59%	50. Chiautla	0.01%
25. Chalco	1.27%	51. Teotihuacán	0.03%
26. Coacalco de Berriozábal	1.66%	52. Tepetlaoxtoc	0.02%

Monterrey

0.64%

Peso sobre el PIB por los \$12,798 millones de pesos de actividad directa, indirecta e inducida generada.

0.48%

De los ocupados en México, por los puestos de trabajo asociados a la actividad indirecta e inducida.

\$26,508

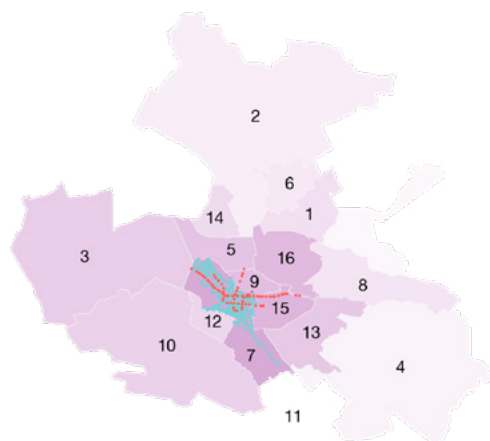
Millones de pesos de impacto social, medido a través del excedente del consumidor.

86.4%

De los trayectos de DiDi no tienen alternativa por transporte público.

Conectividad con transporte público

		Destino			
		Sin conexión con transporte público	1-2 estaciones	3-5 estaciones	Más de 5 estaciones
Origen	Sin conexión con transporte público	86.44%	4.66%	1.45%	0.54%
	1-2 estaciones	3.93%	0.46%	0.18%	0.04%
	3-5 estaciones	1.60%	0.18%	0.04%	0.02%
	Más de 5 estaciones	0.43%	0.04%	0.00%	0.00%



% Salidas y llegadas sobre el total

1. General Zuazua	0.98%
2. Salinas Victoria	0.46%
3. García	5.66%
4. Cadereyta Jiménez	0.28%
5. General Escobedo	7.64%
6. Ciénega de Flores	0.56%
7. Monterrey	31.51%
8. Pesquería	0.68%
9. San Nicolás de los Garza	9.43%
10. Santa Catarina	5.19%
11. Santiago	0.03%
12. San Pedro Garza García	3.74%
13. Juárez	6.46%
14. El Carmen	1.05%
15. Guadalupe	14.06%
16. Apodaca	12.26%

Rutas

El sombreado representa el número de desplazamientos que empiezan o terminan en un municipio

Transporte público

Rutas transporte
Estaciones metro

Guadalajara

0.48%

Peso sobre el PIB por los \$8,882 millones de pesos de actividad directa, indirecta e inducida generada.

0.25%

De los ocupados en México, por los puestos de trabajo asociados a la actividad indirecta e inducida.

\$16,932

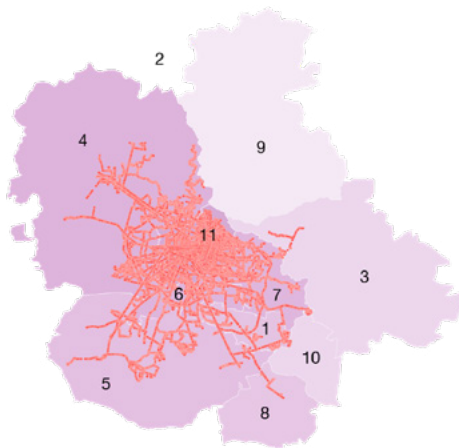
Millones de pesos de impacto social, medido a través del excedente del consumidor.

41.8%

De los trayectos de DiDi no tienen alternativa por transporte público.

Conectividad con transporte público

		Destino			
		Sin conexión con transporte público	1-2 estaciones	3-5 estaciones	Más de 5 estaciones
Origen	Sin conexión con transporte público	41.84%	16.85%	4.87%	0.38%
	1-2 estaciones	18.31%	6.90%	1.89%	0.08%
	3-5 estaciones	5.51%	2.05%	0.68%	0.02%
	Más de 5 estaciones	0.47%	0.14%	0.02%	0.00%



% Salidas y llegadas sobre el total

1. El Salto	1.08%
2. San Cristóbal de la Barranca	0.01%
3. Zapotlanejo	0.01%
4. Zapopan	30.77%
5. Tlajomulco de Zúñiga	4.91%
6. San Pedro Tlaquepaque	11.44%
7. Tonalá	5.61%
8. Ixtlahuacán de los Membrillos	0.02%
9. Ixtlahuacán del Río	0.00%
10. Juanacatlán	0.01%
11. Guadalajara	46.14%

Rutas

El sombreado representa el número de desplazamientos que empiezan o terminan en un municipio

Transporte público

• Tren, metro, autobús

Anexo II: modelo input-output

El modelo input-output permite utilizar las estadísticas nacionales sobre las interrelaciones de los sectores económicos de México para realizar estimaciones sobre los efectos indirectos e inducidos que genera un proyecto o actividad en la economía a través de las compras a proveedores, los sueldos y salarios y la contribución fiscal.

Estas estimaciones parten de la ecuación de producción que se presenta a continuación, en la que X representa la matriz de producción por sectores y A la matriz de coeficientes técnicos, cuyas columnas indican los consumos intermedios de cada sector sobre la producción total y cuyas filas indican la distribución de la producción de un sector en el resto de la economía. Por último, Y es un vector que representa la demanda final.

$$\text{Producción: } X=AX+Y$$

A partir de esta ecuación llegamos a la matriz inversa de Leontief, la principal funcionalidad del modelo. Esta ecuación nos permite calcular la producción generada por cada peso invertido en la economía a través de las sucesivas transacciones que genera entre los distintos sectores. A partir de la producción generada, se puede estimar el impacto sobre el valor añadido bruto (VAB) y el empleo por sectores. Dentro del VAB, el modelo permite desglosar el excedente bruto de explotación, los sueldos y salarios generados y la contribución fiscal. La matriz permite calcular tanto los impactos indirectos a través de las compras a los proveedores como el impacto del consumo inducido tanto por los empleados directos como por los empleos indirectos generados a lo largo de la cadena de suministro.

$$\text{Matriz inversa de Leontief: } X=(I-A)^{-1}Y$$

Aunque las estimaciones y los resultados que se presentan en este informe se basan en metodologías sólida y robustas, deben tomarse como estimaciones. Las magnitudes reales podrían variar ya que se basan en información agregada del conjunto de la economía.

Para realizar los cálculos, se han utilizado como fuentes de información:

- Tablas input-output publicadas por la INEGI
- Información facilitada por DiDi sobre los ingresos brutos percibidos por conductores, repartidores y restaurantes y sobre la financiación concedido a los usuarios de DiDi Préstamos.
- En el caso de los usuarios de DiDi Préstamos, se ha utilizado la información recopilada a través de las encuestas para determinar los sectores a los que se ha destinado el dinero del préstamo.

Anexo III: modelo de Valoración del Bienestar

El modelo WV presenta varias ventajas:

- Está alineada con la teoría de la economía del bienestar.
- Produce estimaciones más precisas para cambios en el bienestar, en comparación con otros enfoques tradicionales.
- Los resultados pueden ser utilizados para análisis de coste-beneficio, soportar procesos de toma de decisiones y la definición de políticas públicas.

Adicionalmente el método en tres pasos diseñado por D. Fujiwara (2013) permite atajar los sesgos en las estimaciones que normalmente se atribuyen a los modelos WV.

En el caso del modelo desarrollado para monetizar el bienestar provocado sobre los usuarios de DiDi, este método en tres pasos se concreta en:

1. Una regresión que vincula el uso de DiDi con el nivel de bienestar.
2. Una regresión en dos etapas que vincula la variación de renta de los usuarios con sus niveles de bienestar.
3. Por último, una ecuación que calcula el Excedente del Consumidor (CS) a partir de las dos regresiones anteriores.

En términos matemáticos, esto se resumen en las siguientes expresiones:

1. $Wellbeing = \beta_0 + \beta_1 \log Income + \beta_m VariableDiDi + \beta_n X_i + \epsilon$
2. $Wellbeing = \mu_0 + \mu_1 \log Income + \mu_n Y_i + \epsilon$ (etapa 2)
donde $\log Income = \delta_0 + \delta_n Z_i + \epsilon$ (etapa 1)

Donde:

- Wellbeing representa el nivel de satisfacción vital individual, medido en una escala de 1 a 7.
- LogIncome corresponde a los ingresos anuales de cada persona.
- Variable DiDi engloba una serie de variables que representan los distintos aspectos en los que DiDi genera bienestar en sus usuarios. Estas variables de impacto varían en función del tipo de usuario.
- X_i engloba las características específicas de los usuarios entrevistados, esto incluye el nivel de salud de los usuarios, su género o su situación económica. Estas variables son conocidas como controles.
- ϵ es el término de error
- Y_i son variables de control, y
- Z_i son variables instrumentales de la variable logIncome
- β , μ y δ representan los coeficientes, que en una regresión se interpreta como el peso que ejerce cada variable independiente sobre la variable dependiente. El objetivo de desarrollar una regresión es precisamente determinar estos β , μ y δ , de forma que se pueda modelizar como afecta en la variable dependiente (wellbeing) cualquier variación en las variables independientes (variables DiDi, ingresos anuales o características de las personas).

$$3. CS = e^{[-\beta m / \mu_1] + \log \text{Income}_0} - \text{Income}_0$$

Donde:

- βm representa las variables de DiDi que generan bienestar en sus usuarios
- μ_1 cuantifica el salario
- Income mide la renta media inicial

Para evitar los problemas que pueden aparecer por el uso de la variable "Income" en los modelos de satisfacción vital (error de medición, endogeneidad o causalidad inversa) se utiliza un modelo separado (Regresión IV o TSLS) para determinar específicamente el impacto de los ingresos en el nivel individual de bienestar.

En este caso concreto, se utilizan la información de los usuarios sobre su lugar de residencia o el nivel educativo de sus padres como variables instrumentales en las distintas etapas del modelo para proporcionar cambios exógenos en los ingresos y obtener por lo tanto una estimación causal de la variable de interés.

Para cada uno de los usuarios, las variables DiDi significativas han sido las siguientes:

Conductores

- **Catalizador de objetivos vitales:** DiDi facilita mudarse a una colonia mejor (con mejores servicios) o más segura.
- **Flexibilidad:** DiDi permite compatibilizar la actividad económica con otras actividades remuneradas.
- **Estabilidad financiera:** Los usuarios valoran la estabilidad financiera ofrecida por DiDi.

Repartidores

- **Seguridad:** Los usuarios valoran la seguridad que ofrece la plataforma para sus repartidores.
- **Generación de ingresos:** Los usuarios valoran la oportunidad de generar ingresos de forma rápida.
- **Acceso a servicios:** DiDi permite mejorar el acceso de sus repartidores y sus familias a servicios de salud.
- **Estabilidad financiera:** Los usuarios valoran la estabilidad financiera ofrecida por DiDi.

Comensales

- **Acceso a restaurantes locales:** Los usuarios valoran el acceso que DiDi proporciona a sus comensales a pequeños restaurantes independientes con los que apoyan a empresarios locales.
- **Asequibilidad:** La app de DiDi permite a sus usuarios ahorrar a través de los precios y promociones, en comparación con asistir a un restaurante.

Pasajeros

- **Conveniencia:** Los usuarios valoran la conveniencia de usar la app de DiDi, incluyendo poder pedir un coche en cualquier lugar y momento, disponer de diferentes opciones de pago, alta disponibilidad de viajes, aplicación transparente y fácil de usar, coches limpios, diferentes ofertas y servicios, etc.
- **Independencia:** Los usuarios valoran ser independientes y no depender de otras personas para desplazarse.
- **Acceso a servicios:** DiDi facilita a sus pasajeros el acceso a servicios educativos (ir a la escuela).

Restaurantes

- **Estabilidad:** DiDi proporciona estabilidad al negocio (nueva fuente de beneficios/ingresos, reducción de la estacionalidad).

Anexo IV:

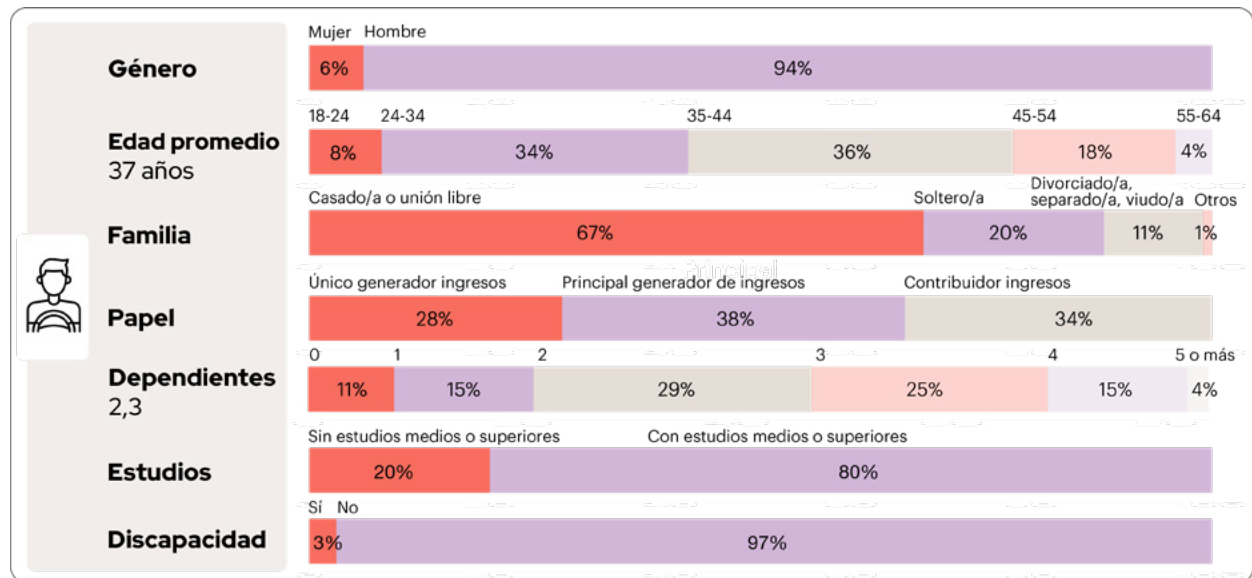
encuestas a usuarios de DiDi

Con el objetivo de recopilar información de carácter tanto cualitativo, como cuantitativo para la construcción de los modelos econométricos de medición del Excedente del Consumidor, se envió una encuesta a cada uno de los 6 tipos de usuarios de DiDi.

Conductores y repartidores

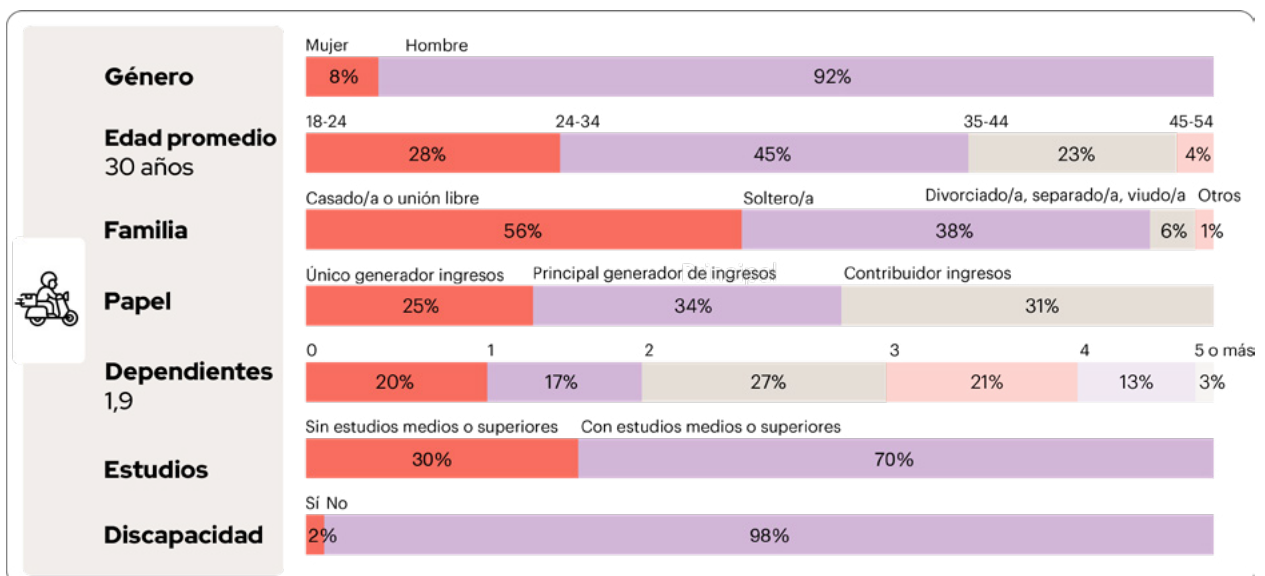
Un total de 609 usuarios respondieron al cuestionario de conductores, a nivel geográfico la distribución fue: Ciudad de México 153, Monterrey 153, Guadalajara 153, Nacional 150.

El perfil medio de conductores encuestados fue:



Un total de 585 usuarios respondieron al cuestionario de repartidores, a nivel geográfico la distribución fue: Ciudad de México 140, Monterrey 149, Guadalajara 146, Nacional 150. Con este nivel muestral, el margen de error de la muestra fue del 4% a un nivel de confianza del 95%.

El perfil medio de repartidores encuestados fue:



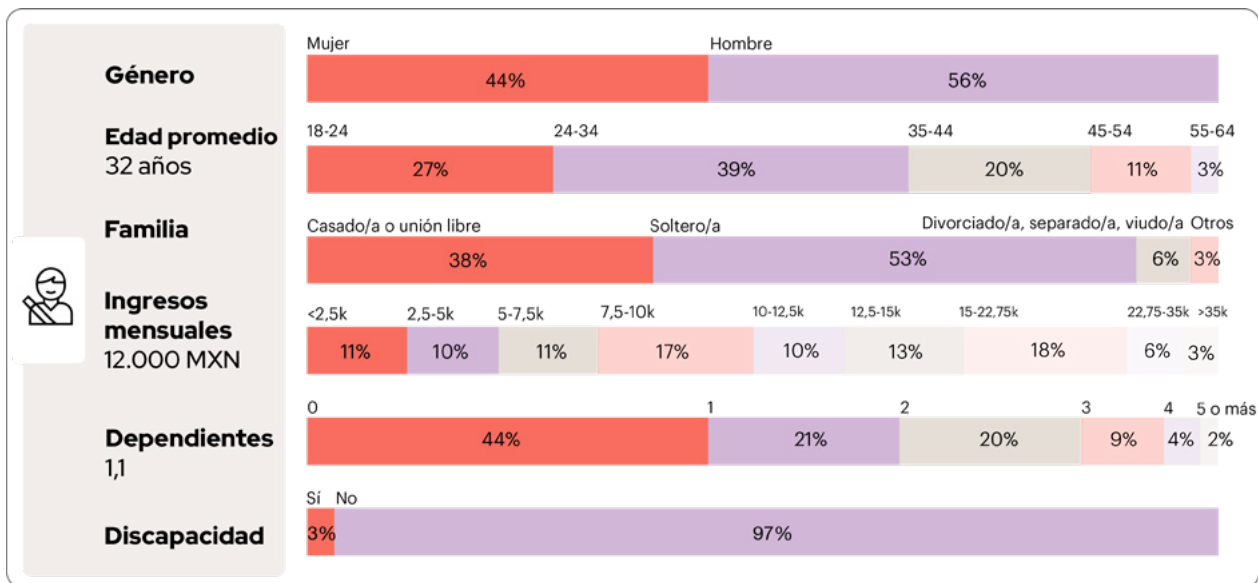
Finalmente, las encuestas pueden resumirse en los siguientes bloques:

- El primer bloque está compuesto por preguntas necesarias para la construcción del perfil demográfico del encuestado. Esto incluye preguntas como: nacionalidad, género, edad, ciudad donde presta el servicio o nivel de estudios. Además, se incluyen preguntas clave para la elaboración del análisis econométrico del Excedente del Consumidor. Esto incluye preguntas como: el nivel de satisfacción con la vida, el nivel de salud, creencias religiosas o nivel de ingresos.
- Un segundo bloque enfocado en la actividad económica del conductor/repartidor. En este apartado se incluyen preguntas como: fuentes de ingresos alternativos además de DiDi, el uso de otras plataformas de movilidad o los años de experiencia usando aplicaciones de movilidad.
- Finalmente, el último bloque se centra en la relación del conductor/repartidor con DiDi. Las preguntas de este apartado incluyen: las motivaciones para usar la app de DiDi, los patrones laborales de los conductores y repartidores (número de horas y momentos del día en los que se conectan), medio de transporte para ofrecer el servicio. Así como los aspectos que más valoran los conductores/repartidores de usar DiDi, incluyendo sus medidas de seguridad.

Pasajeros

Un total de 588 usuarios respondieron al cuestionario de pasajeros, a nivel geográfico la distribución fue: Ciudad de México 149, Monterrey 147, Guadalajara 144, Nacional 148. Con este nivel muestral, el margen de error de la muestra fue del 4% a un nivel de confianza del 95%.

El perfil medio de pasajeros encuestados fue:



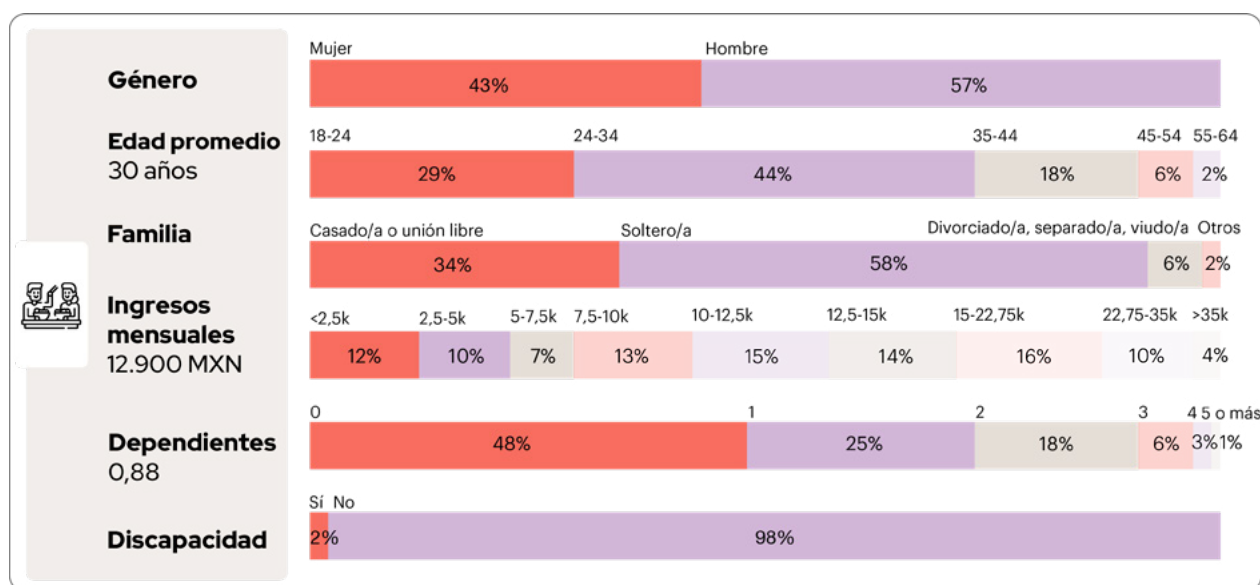
Finalmente, la encuesta puede resumirse en los siguientes bloques:

- El primer bloque está compuesto por preguntas necesarias para la construcción del perfil demográfico del encuestado. Esto incluye preguntas como: nacionalidad, género, edad, ciudad donde usa la aplicación, nivel de estudios, situación laboral... Además, se incluyen preguntas clave para la elaboración del análisis econométrico del Excedente del Consumidor. Esto incluye preguntas como: el nivel de satisfacción con la vida, el nivel de salud, creencias religiosas, nivel de ingresos...
- Un segundo bloque enfocado en los hábitos de transporte del pasajero. En este apartado se incluyen preguntas como: si tienen vehículo propio y, en caso afirmativo, cuales son sus características, la frecuencia con la que usan apps de movilidad o la frecuencia con la que utilizan otros tipos de transporte.
- Finalmente, el último bloque se centra en la relación del pasajero con la aplicación de DiDi. Las preguntas de este apartado incluyen: las motivaciones para usar la app de DiDi, el tiempo que llevan siendo usuarios, la frecuencia e importe medio de sus viajes con DiDi, cómo han cambiado sus hábitos de transporte desde que usan DiDi, la motivación de sus viajes, etc. Así como los aspectos que más valoran los pasajeros de usar DiDi.

Comensales

Un total de 416 usuarios respondieron al cuestionario de comensales, a nivel geográfico la distribución fue: Ciudad de México 166, Monterrey 99, Guadalajara 70, Nacional 81. Con este nivel muestral, el margen de error de la muestra fue del 5% a un nivel de confianza del 95%.

El perfil medio de comensales encuestados fue:



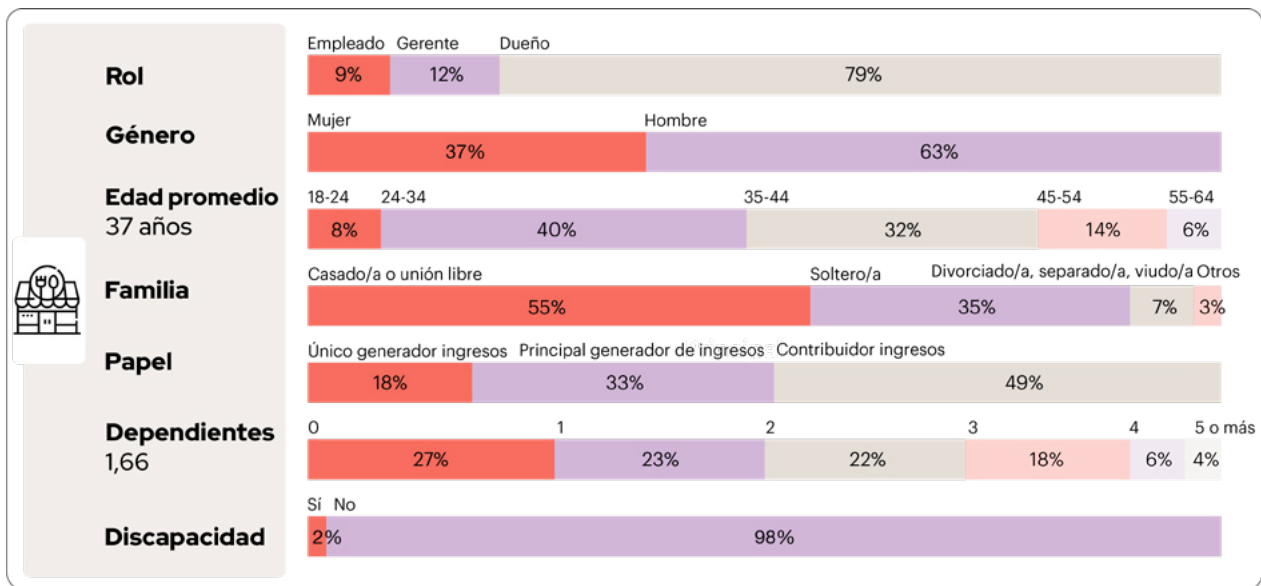
Finalmente, la encuesta puede resumirse en los siguientes bloques:

- El primer bloque está compuesto por preguntas necesarias para la construcción del perfil demográfico del encuestado. Esto incluye preguntas como: nacionalidad, género, edad, ciudad donde usa la aplicación, nivel de estudios, situación laboral... Además, se incluyen preguntas clave para la elaboración del análisis econométrico del Excedente del Consumidor. Esto incluye preguntas como: el nivel de satisfacción con la vida, el nivel de salud, creencias religiosas, nivel de ingresos...
- Un segundo bloque enfocado en los hábitos de alimentación del comensal. En este apartado se incluyen preguntas como: número de veces que pide comida a domicilio a la semana, para cuántas personas, número de veces que acude a un restaurante, prioridades de cara a la alimentación...
- Finalmente, el último bloque se centra en la relación del comensal con DiDi. Las preguntas de este apartado incluyen: las motivaciones para usar la app de DiDi, el tiempo que llevan siendo usuarios, la frecuencia y el importe medio del pedido, el tipo de comida que piden y en qué momentos del día, el ahorro de tiempo, etc. Así como los aspectos que más valoran los comensales de usar DiDi.

Restaurantes

Un total de 391 usuarios respondieron al cuestionario de restaurantes, a nivel geográfico la distribución fue: Ciudad de México 127, Monterrey 53, Guadalajara 95, Nacional 127. Con este nivel muestral, el margen de error de la muestra fue del 5% a un nivel de confianza del 95%.

El perfil medio de restaurantes encuestados fue:



Finalmente, la encuesta puede resumirse en los siguientes bloques:

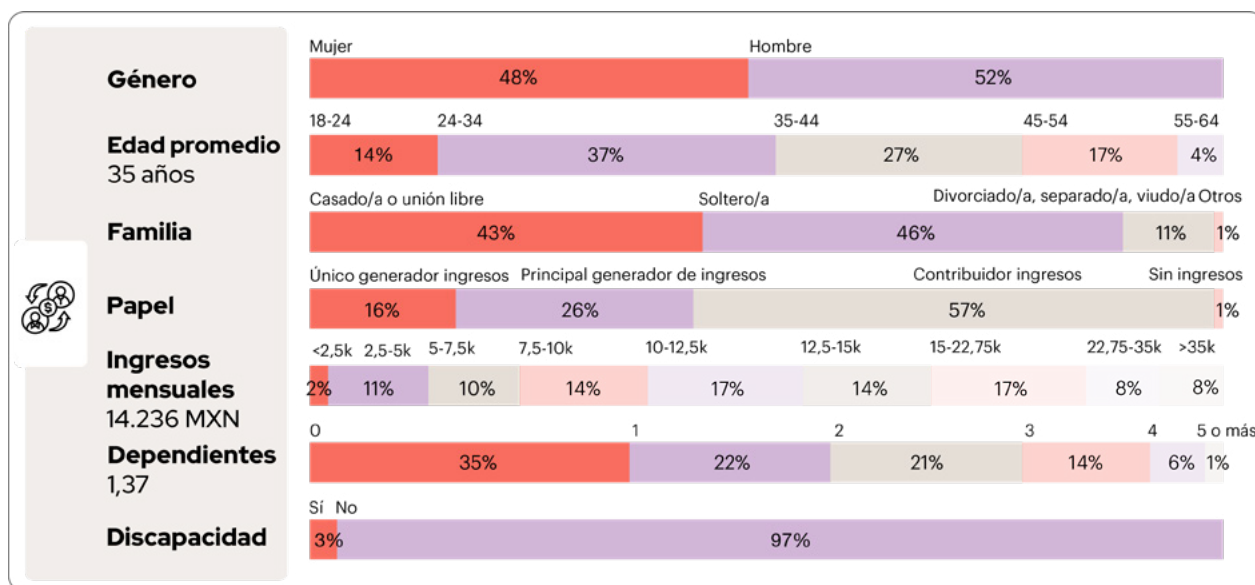
- El primer bloque está compuesto por preguntas necesarias para la construcción del perfil demográfico del encuestado. Esto incluye preguntas como: su labor en el restaurante, nacionalidad, género, edad, ciudad donde presta el servicio, nivel de estudios... Además, se incluyen preguntas clave para la elaboración del análisis econométrico del Excedente del Consumidor. Esto incluye preguntas como: el nivel de satisfacción con la vida, el nivel de salud, creencias religiosas, nivel de ingresos...
- Un segundo bloque enfocado en la actividad económica del representante del restaurante. En este apartado se incluyen preguntas como: número de restaurantes en propiedad, tipo de restaurante, años de experiencia como propietario, tipo de oferta gastronómica, número de empleados y facturación del restaurante, uso de otras apps, distribución y origen de los ingresos...
- Finalmente, el último bloque se centra en la relación del restaurante con DiDi. Las preguntas de este apartado incluyen: las motivaciones para usar la app de DiDi, el tiempo que llevan siendo usuarios, el nivel de clientes nuevos, optimización de costos y preguntas sobre el rol de DiDi en el proceso de digitalización del restaurante. Así como los aspectos que más valoran los restaurantes de usar DiDi.

Usuarios de DiDi Préstamos

Un total de 286 personas respondieron al cuestionario de usuarios de DiDi Préstamos.

Con este nivel muestral, el margen de error de la muestra fue del 6% a un nivel de confianza del 95%.

El perfil medio de usuarios encuestados fue:



Finalmente, la encuesta puede resumirse en los siguientes bloques:

- El primer bloque está compuesto por preguntas necesarias para la construcción del perfil demográfico del encuestado. Esto incluye preguntas como: nacionalidad, género, edad, ciudad donde usa la aplicación, nivel de estudios, situación laboral... Además, se incluyen preguntas clave para la elaboración del análisis econométrico del Excedente del Consumidor. Esto incluye preguntas como: el nivel de satisfacción con la vida, el nivel de salud, creencias religiosas, nivel de ingresos...
- Un segundo bloque enfocado en las necesidades financieras del usuario. En este apartado se incluyen preguntas como: cuáles son las prioridades a la hora de buscar servicios financieros.
- Finalmente, el último bloque se centra en la relación del usuario con la aplicación de DiDi. Las preguntas de este apartado incluyen: las motivaciones para solicitar un DiDi Préstamos, los años que llevan siendo usuarios de DiDi, el ámbito de uso del préstamo (uso personal o profesional), número y línea de los créditos, uso de alternativas de crédito... Así como los aspectos que más valoran los usuarios de usar DiDi Préstamos.

Anexo V: bibliografía adicional

Más allá de las fuentes bibliográficas descritas a lo largo del presente informe, se han tomado de referencia los siguientes documentos:

- Carreón Rodríguez, V.G., Coronado García, M.F., & Guajardo Mendoza, M.A. La no precarización laboral de las personas repartidoras en México. CIDE, Laboratorio Nacional de Políticas Públicas https://www.inpp.mx/uploads/publications/48_b4a94.pdf
- Carreón Rodríguez, V., Guajardo Mendoza, M., Coronado García, M., Lezama Amastalli, J., & Suárez Ruiz, F. (2021). Las plataformas de entrega a domicilio en la economía mexicana. CIDE, Laboratorio Nacional de Políticas Públicas, Asociación de Internet.
- Uber. The Impact of Uber in Mexico. <https://ubermexico.publicfirst.co/>
- Uber. The Impact of Uber in Brazil. <https://uberbrazil.publicfirst.co>
- Doordash. (2022). Empowering Local Communities: The Results of DoorDash's 2022 Economic Impact Report. <https://about.doordash.com/en-us/news/empowering-local-communities-the-results-of-doordashes-2022-economic-impact-report>
- Data.ai. (2024) The State of Mobile 2024. https://e.infogram.com/_/bIRQVyDIdHeiWznXf7ar?src=embed&mkt_tok=MDcxLVFFRC0yODQAAAGQk48Vr9IB-JZEfrpx6CSf23ZJtDa-7wZaXv-HNzWHJpFcrawgTtaRPAHawOvQdWcAdR-NZIKZkLwBP2l1aNByqhi-V_g9WjwO9QgpTJQS0LV4ug6Z
- Buendía & Márquez. (2024). Plataformas digitales en México. https://buendiyamarquez.org/2408_plataformas_digitales/
- Airbnb. (2023). 2023 US Economic impact report. <https://news.airbnb.com/economic-impact-2023-us/>
- Access Partnership & DiDi. Empowering mobility through technology. <https://accesspartnership.com/empowering-mobility-through-moto-hailing/>
- Arbeláez, M.A., Fernández, C., Hernández, D. (2021). Plataformas digitales y contribuciones a la seguridad social. El caso de Colombia antes y después de la pandemia. Coyuntura económica. https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/4212/Co_Eco_Diciembre_2021_Arbel%C3%A1ez_Fern%C3%A1ndez_y_Hern%C3%A1ndez.pdf?sequence=1
- Scholl, I., Oviedo, D., Sabogal-Cardona, O.(2021). Disrupting Personal (In)security? The role of ride-hailing service features, commute strategies and gender in Mexico City. Inter-American Development Bank. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3991824
- Fernández, C. & Benavides, J. (2020). Las plataformas digitales, la productividad y el empleo en Colombia. Fedesarrollo. https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/3962/Repór_Julio_2020_Fern%C3%A1ndez_y_Benavides.pdf
- Berger, T., Frey, C. B., Levin, G., & Danda, S. R. (2019). Uber happy? Work and well-being in the 'gig economy'. Economic Policy, 34(99), 429-477. <https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:abad23ba-fc77-49f8-88d6-bf7fbff46af3/files/mae718726cbfccceb2d2473e463ed686a>
- DiDi. (2024) Didigitalízate.
- Transport, I. T. (2005). The Value of Time in Least Developed Countries. Department for International Development, UK under its Knowledge and Research (KaR) Programme.
- Shaikh, A. A., Liebana-Cabanillas, F., Alharthi, M., Alamoudi, H., & Karjaluoto, H. (2024). Analysing user well-being in ridehailing services. Spanish Journal of Marketing-ESIC, 28(2), 207-227. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/sjme-12-2022-0253/full/pdf>

KREAB

WORLDWIDE