



BARÓMETRO DE TENDENCIAS EN RESTAURACIÓN

Julio 2020



PUNTO DE PARTIDA

¿QUÉ Y CÓMO LO HEMOS HECHO?

LA SOLUCIÓN

¿CÓMO LO HEMOS HECHO?

TARGET Y MUESTRA

Individuos de 18 a 50 años.

Nacional representativo

Muestra final: n=1000

error muestral: +/-3%*

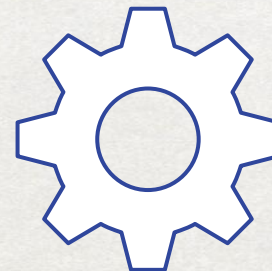
A lo largo del informe, se indica con letras (a / b / c / d) las diferencias significativas entre los porcentajes de los distintos segmentos



METODOLOGÍA

Encuesta online, device agnostic

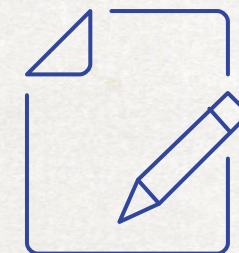
Fechas de Campo: 12 al 20 de diciembre 2019 y Abril 2020.



Cuestionario

Cuestionario 13 minutos

Sin preguntas abiertas



**error muestral calculado para un criterio de máxima indeterminación
p=q=50%, bajo un intervalo de confianza del 95%*

KEY SUMMARY

2

¿CÓMO NOS GUSTA CONSUMIR EN RESTAURACIÓN?

EL CONSUMO EN RESTAURACIÓN, MÁS ALLÁ DEL CONSUMO OOH

Si bien el consumo fuera del hogar destaca sobre los otros tipos de consumo: un 77% de los españoles han salido a comer fuera de forma habitual, frente a un 54% que utiliza el delivery y un 41% el take away. Estos dos últimos tipos de consumo tienen una tendencia de crecimiento más positiva:

- ❖ El 72% de los españoles ha utilizado delivery o take away de forma habitual. Un 15% lo hacen en exclusiva (no consumen habitualmente fuera del hogar)
 - ❖ El 55% - 53% de los que lo consumen delivery/take away afirman hacerlo con una frecuencia mayor que hace 5 años (frente al 46% en consumo fuera del hogar)
- **COMER FUERA** sigue siendo un evento social (el 67% lo hace para pasar un buen rato) y eso se refleja en el momento de consumo, centrado en las comidas y cenas de fin de semana.
- **DELIVERY/ TAKE AWAY** tiene una motivación más convincente: ‘cuando estoy cansado’ (43%-35%), ‘no tengo comida en casa’ (33%-34%), si bien, ello no significa que los momentos de consumo no estén relacionados con el ámbito social (cerca del 50% lo utilizan en comidas/cenas de fin de semana o planes con amigos).

¿QUÉ NOS GUSTA CONSUMIR?

LO TRADICIONAL YA NO BASTA: SE CONSOLIDA EL CONSUMO DE CASUAL FOOD Y COMIDA EXOTICA, MIENTRAS QUE LA COMIDA VEGANA/VEGETARIANA SE POSICIONA COMO UN NICHO CON ALTO POTENCIAL

La comida rápida es la que tiene mayor peso (67% la consumen habitualmente), y es la preferida para en Delivery (38%) o en Take away (40%).

La comida tradicional (54%) es la preferida para comer fuera (30%). Los que la consumen lo hacen con mayor frecuencia que otros tipos de comida (2,1 veces por semana)

Nuevas tipos de comida, como el casual food y la comida exótica obtienen porcentajes de penetración similares a la comida tradicional, en torno al 50%, si bien todavía con frecuencias de consumo inferiores (1,2 / 0,9 veces a la semana)

La comida vegetariana/ vegana obtiene un nivel de penetración más bajo (12%), pero tiene un alto potencial:

- ✓ Los que la consumen son más fieles: lo hacen con una frecuencia mayor que otros tipos de comida (2,1 veces a la semana), alcanzando los niveles de la comida tradicional.
- ✓ También es el tipo de comida con una mayor crecimiento: un 64% de los que la consumen lo hacen con más frecuencia que hace cinco años.

HELLMANN'S
EST. 1913



¿CUÁLES SON LAS NUEVAS TENDENCIAS DE CONSUMO?

SE CONFIRMA... LO HELTHY Y LO SOSTENIBLE SON UN 'MUST'

Lo HEALTHY se convierte en clave en la oferta de restauración:

Un 48% de los entrevistados afirman que 'fijarse más en que la comida que pide sea saludable y equilibrada' ha sido un cambio en su forma de consumo en los últimos 5 años.

Especialmente fuera de casa; un 41% considera que 'la comida que ofrece el establecimiento sea saludable' es importante a la hora de escoger el establecimiento, dato similar a 'recomendación de amigos'.

SOSTENIBILIDAD

Para un 43% de los entrevistados que el establecimiento tenga una política activa en sostenibilidad y medio ambiente es importante en la elección del establecimiento. En concreto es importante:

- La gestión de residuos (53%)
- Utilizar materiales reciclables (49%)
- Utilizar productos de proximidad (47%)

PRINCIPALES RESULTADOS

2

HÁBITOS GENERALES DEL CONSUMO EN RESTAURACIÓN

3

KEY SUMMARY

El consumo fuera del hogar destaca sobre los otros tipos de consumo: un **77%** de los españoles salen a comer fuera de forma habitual, y un **51%** lo hace como mínimo una o dos veces por semana.

→ Principalmente, en fin de semana (**58%** para comer; **51%** para cenar)

→ Mejor en pareja (**77%**) o con amigos (**54%**)

El **54%** utiliza de forma habitual el **delivery**; un **41%** el **take away**

→ para comidas o cenas los fines de semana (**51%/52%**) o planes con amigos (**47%/48%**)

→ Take away, se utiliza más en el trabajo (**13%**)

93%

de los españoles
salen a comer
fuera o piden
comida a domicilio
o para llevar



HÁBITOS DE CONSUMO FUERA DEL HOGAR

Salir a comer fuera la forma de consumo más recurrentes entre los españoles

SALIR A COMER FUERA



DELIVERY



TAKE AWAY



77%

54%

41%

Ninguno: 7%

Evolución
positiva últimos
5 años

46%

55%

53%

Datos en base tipo
consumo

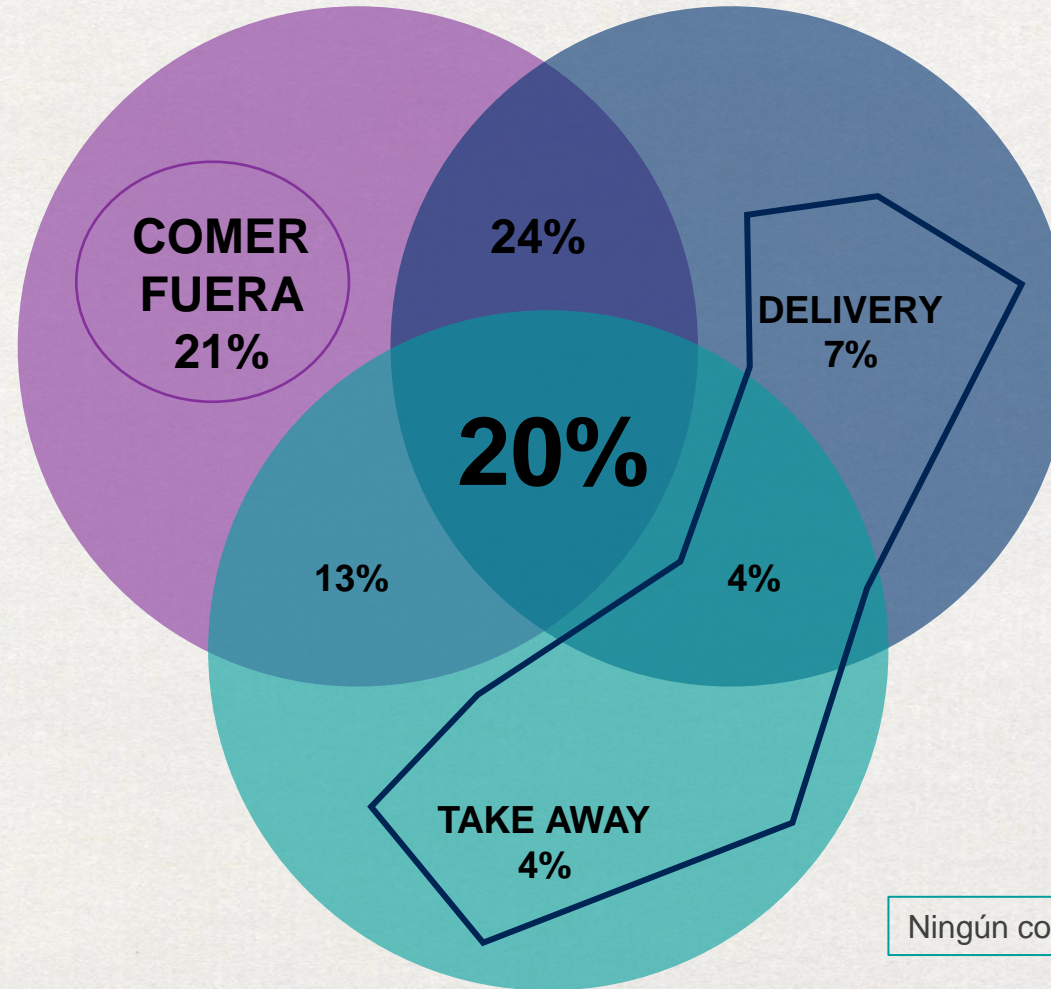
Base total (n=1000) / consume Comer fuera (774) / Delivery (546) / Take away (409)

P3. Normalmente, sales a comer fuera o pides comida a domicilio o para llevar ...

COMER FUERA Y PEDIR COMIDA

2 de cada 10 españoles realizan consumos fuera de casa en los tres formatos

Comer Fuera es la actividad líder, que se solapa con el Delivery y el Take Away



Delivery y el Take Away sin Comer Fuera, son poco representativos

Base total (n=1000)

P3. Normalmente, sales a comer fuera o pides comida a domicilio o para llevar

HÁBITOS DE CONSUMO FUERA DEL HOGAR

Salir a comer fuera de casa tiene especial relevancia en fin de semana. La comida es más relevante que a la cena, sobre todo durante la semana

Aunque el Delivery tiene una importancia similar durante toda la semana, la cena es el momento en donde prepondera

	Entre semana para comer	Entre semana para cenar	En fin de semana para comer	En fin de semana para cenar
	a	b	c	d
Salir a consumir fuera de casa	32% b	21%	58% abc	51% ab
Pedir comida a domicilio/delivery	18%	26% ac	21%	37% abc
Pedir comida para llevar/ take away	17%	16%	17%	21% abc
NO suelo realizar esta comida fuera de casa ni pedir comida a domicilio o para llevar	49% cd	48% cd	22%	19%
	Ningún consumo entre semana: 35%		Ningún consumo en fin de semana: 10%	

Base total (n=1000)

P3. Normalmente, sales a comer fuera o pides comida a domicilio o para llevar



a/b/c/d diferencias significativas (95%) por momento

HÁBITOS DE CONSUMO FUERA DEL HOGAR

ENTRE SEMANA

Los jóvenes entre 18 y 25 años y los hombres son los que más delivery /take away consumen a la hora de comer (25%/24%)

Para cenar, el consumo de delivery /take away se extiende hasta los 35 años (30%/ 21%)

EN FIN DE SEMANA

Los hombres jóvenes de 18 a 25 años son los que menos salen a comer fuera de casa (50%), aunque piden más comida para llevar (21%).

Las mujeres de entre 26-35 años son las que más salen a cenar (63%).

Los individuos de 26-35 años destacan por pedir delivery (43%)



HÁBITOS DE CONSUMO FUERA DEL HOGAR – POR ZONA

ENTRE SEMANA

En la Comunidad de Madrid piden más comida a domicilio, tanto a la hora de comer (25%) como a la de cenar (34%)

En la comunidad Valenciana, piden más take away a la hora de cenar (23%)

EN FIN DE SEMANA

En la zona Sur realizan más consumos fuera del hogar a la hora de comer (86%), destacando el salir a comer fuera (66%); a la hora de cenar, destacan por pedir más delivery (47%), al igual que la Comunidad de Madrid (49%)

En la comunidad Valenciana, salen más a comer fuera para cenar (64%) y en Cataluña destacan por hacer menos este tipo de consumo (26%) para cenar.



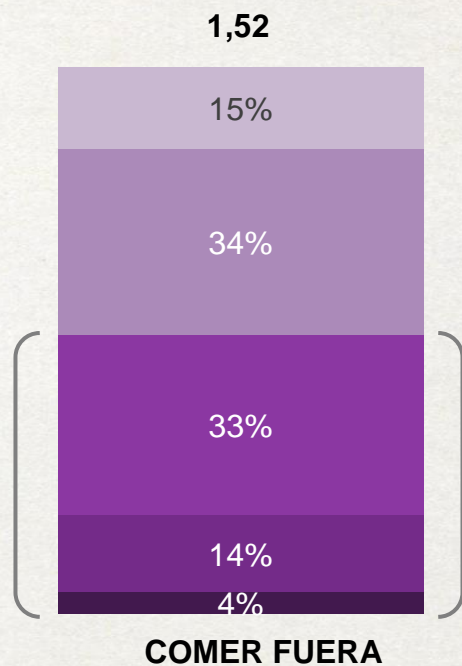
FRECUENCIA COMER FUERA Y PEDIR COMIDA

Mayor consumo fuera de casa que de delivery / take away

MEDIA | VECES A LA SEMANA

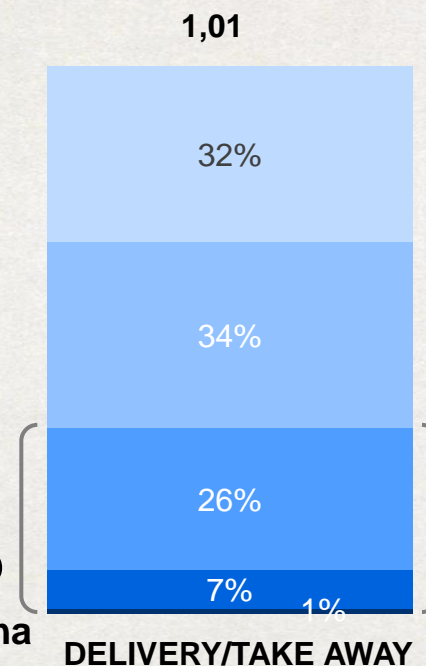
51%

Al menos una o dos veces por semana



34%

Al menos una o dos veces por semana



- Menos de una vez al mes
- De una vez por semana a una vez al mes
- Una/dos veces por semana
- Más de dos días a la semana
- Cada día

Base total (n=1000)

F4. ¿Con qué frecuencia sales a comer fuera de casa o pides comida a domicilio o para llevar?

FRECUENCIA COMER FUERA Y PEDIR COMIDA

Los que más salen a comer afuera

Hombres (media de 1,7 a la semana),
jóvenes 26-35 a. (1,7), con pareja (1,6)
y con niños en el hogar (1,7)

Y los que más piden take away/delivery

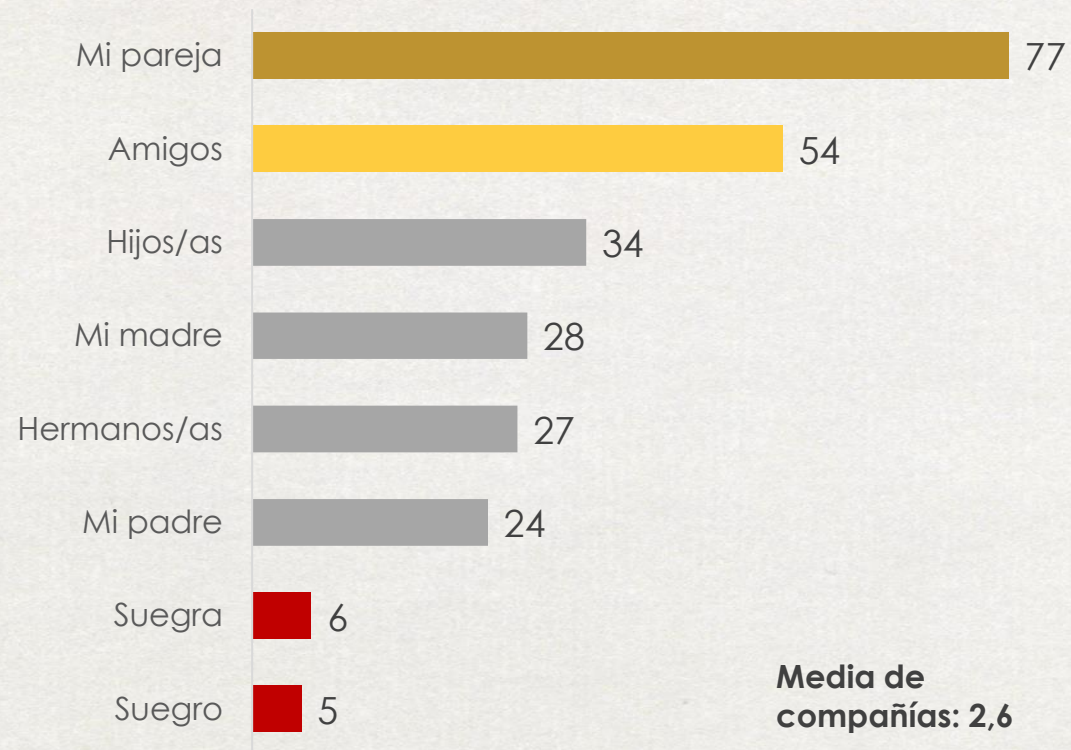
Hombres (media de 1,1 a la semana),
los más jóvenes (1,2), con pareja (1,1)
y con niños en el hogar (1,1)



COMPAÑÍA PREFERIDA PARA COMER FUERA

Los españoles prefieren salir a comer en pareja, también los amigos.

¡Pero no con los suegros!



Base total (n=1000)

P6. Si pudieras elegir, ¿con cuál de los siguientes acompañantes preferirías salir a comer fuera?

COMPAÑÍA PREFERIDA PARA COMER FUERA

Los jóvenes prefieren salir a comer con los amigos (66%), pero las chicas jóvenes también les gusta hacerlo con sus padres (27%), madres (33%) o hermanos (30%).

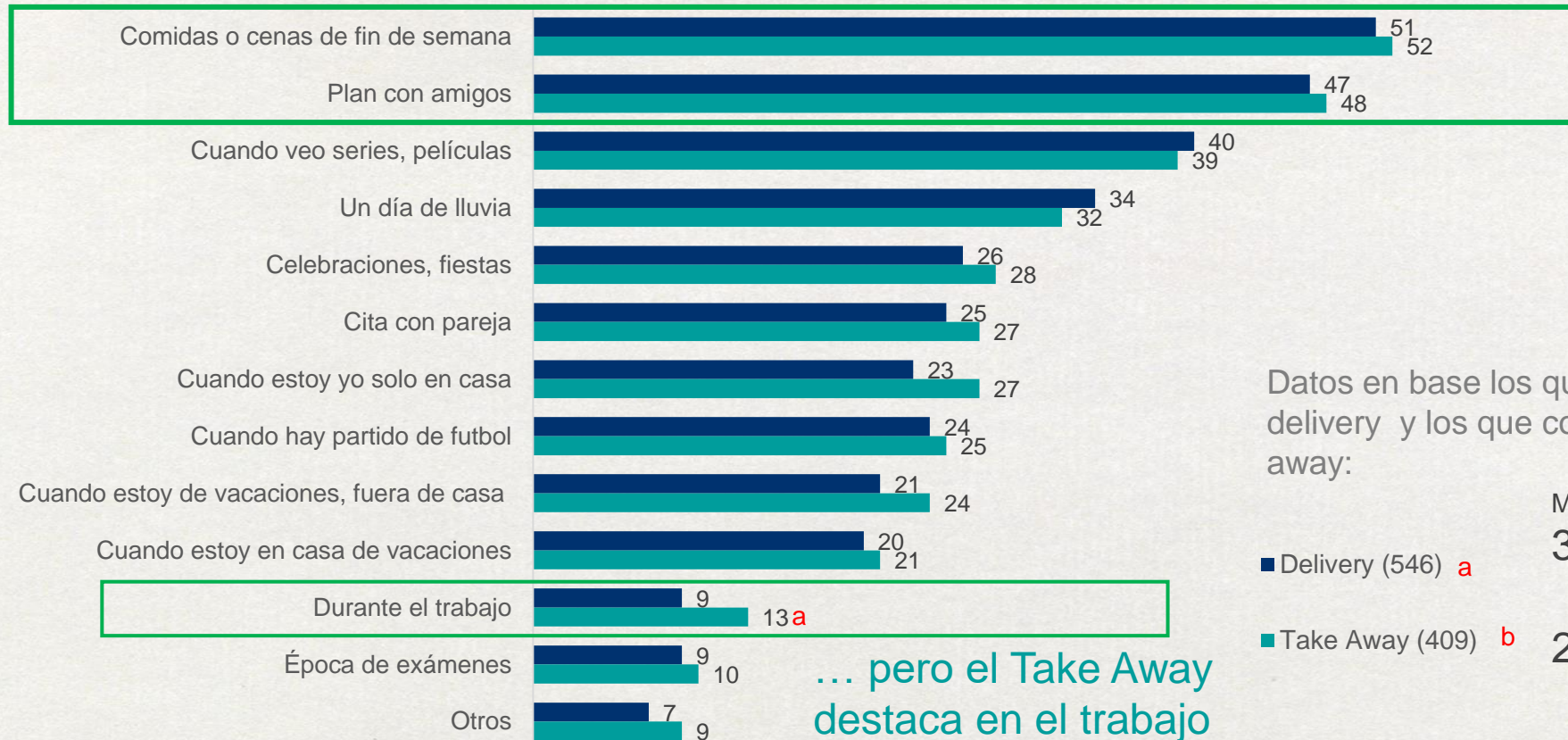
Las mujeres 26-35 años destacan por preferir salir en pareja 88%. Los hombres de esta edad son los que más les gusta hacerlo con el suegro y/o suegra (11%).

Los de 35 a 50 años destacan por preferir la compañía de los hijos (46%)



MOMENTOS CONSUMO DELIVERY/TAKE AWAY

Comidas en fin de semana y planes con amigos son los momentos destacados



Datos en base los que consumen delivery y los que consumen take away:

■ Delivery (546) ^a **3,3**
■ Take Away (409) ^b **2,9**

Media de menciones:

Base ()

P3a. Y en qué momentos sueles pedir comida a domicilio o para llevar



^{a/b} diferencias significativas (95%) vs Delivery / Take Away

MOMENTOS CONSUMO DELIVERY/TAKE AWAY

DELIVERY

Entre los jóvenes (18-35 años) tiene más peso los planes con amigos (55%), y entre los más jóvenes (18-25 años) las citas con pareja (41%), cuando está solo en casa (33%) o de vacaciones, fuera de casa (30%).

Mientras que, cuanto más mayor (36-50 años), más peso tienen las cenas de fin de semana (56%).

TAKE AWAY

Patrón similar al delivery pero, entre los de edad media (26-35 años) destaca las celebraciones o fiestas (36%) y cuando hay partido de fútbol (27%).

Entre las mujeres, los planes con amigos (46%) y las comidas o cena de fin de semana (46%).

TENDENCIAS EN TIPOS DE CONSUMO

4

KEY SUMMARY

A pesar de tener una penetración inferior al consumo fuera del hogar (77%), el consumo de **delivery (54%) / take away (41%)** emerge como **una nueva forma de consumo in home**: más de la mitad de los que realizan este tipo de consumo lo hacen con una frecuencia superior a la de hace 5 años. (Delivery: 55%; Take away: 53%)

Por otro lado, se ratifica el perfil diferenciado de ambos tipos de actividades:

Comer fuera de casa

Predomina la esfera **social**: pasar un **buen rato** con la familia y amigos (67%);

Explorar **sitios nuevos** (35%)

Además del precio, la **recomendación** de amigos (42%) y la comida **healthy** (41%) son especialmente relevantes en la elección del establecimiento

Delivery / Take away

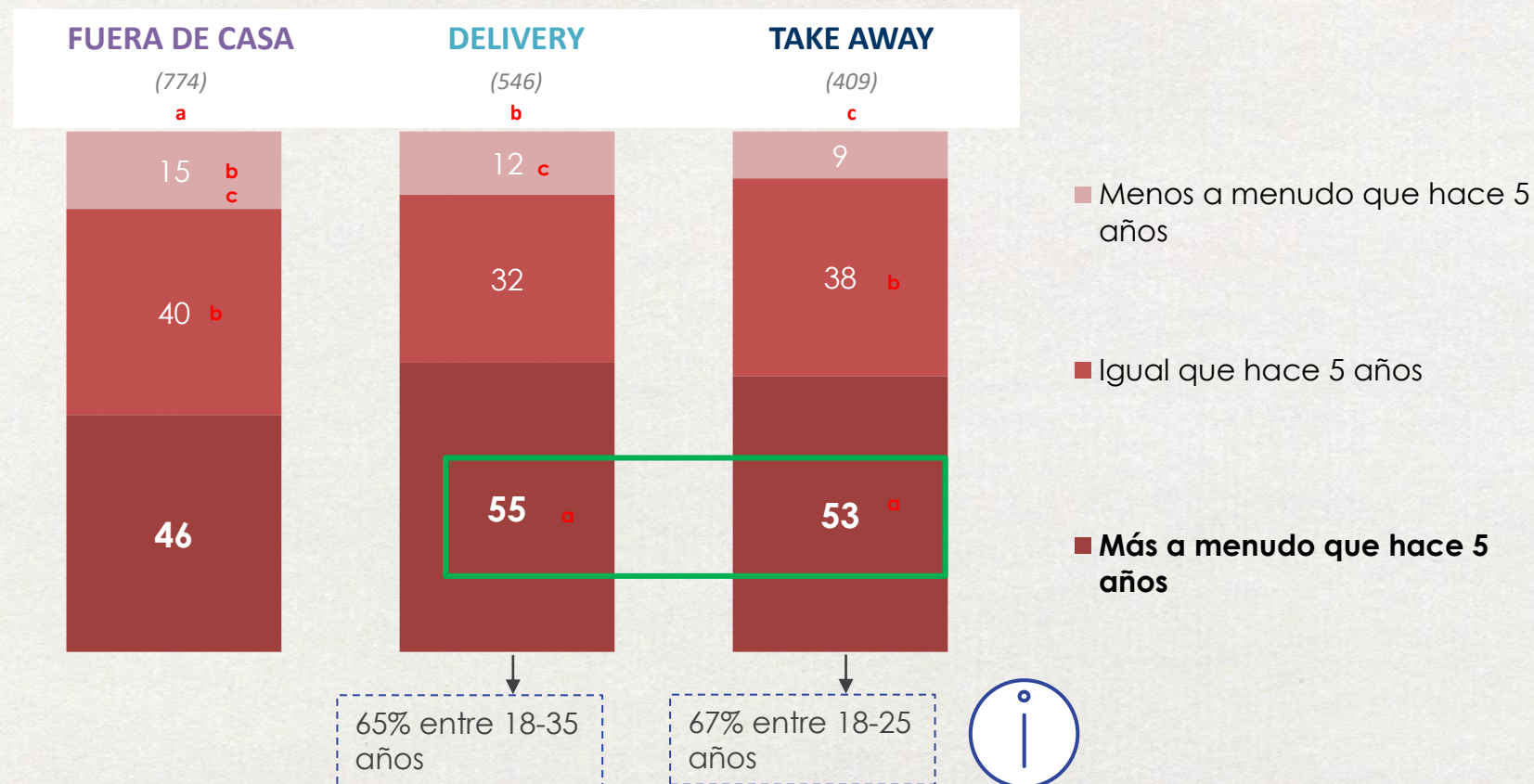
Está más relacionado con el disfrute desde el **convivencia**: estoy cansado (45%/35%), no tengo comida en casa (33%/34%), aunque también es relevante como una opción fácil **cuando tengo invitados** (22%/20%) / **partido** (21%/15%)

Igual que en el comer fuera, es importante el precio en la elección del establecimiento, pero aquí toma especial relevancia **la rapidez** (60%-57%)

EVOLUCIÓN SEGÚN TIPO DE CONSUMO

El consumo de Delivery y Take Away es una tendencia al alza, especialmente entre los más jóvenes: en los últimos 5 años se ha incrementado significativamente (Delivery 55%; Take away: 53%) respecto al consumo fuera de casa (46%)

Datos en base tipo de consumo:



Base ()

P8. En general, pensando en tus hábitos de consumo fuera del hogar en los últimos 5 años... Consumes [Motivos formas de consumo en restauración] consumes...

MOTIVOS FORMAS DE CONSUMO EN RESTAURACIÓN

Comer fuera de casa y el delivery/ take away pivotan sobre dos tipos de disfrute diferentes: uno es más “activo” y el otro tiene que ver con evitar trabajo adicional: Fura de casa destaca para pasar un buen rato, ver sitios nuevos; mientras que delivery/take away destaca cuando están muy cansado o no tiene comida en casa

	Datos en base tipo de consumo:		
	Fuera de casa (774) a	Delivery (546) b	Take Away (409) c
Pasar un buen rato	67 bc	34 c	27
No tener que cocinar en casa	38	51 a	50 a
Probar comida nueva	39 bc	20	23
Cuando estoy muy cansado/a	18	43 ac	35 a
Cuando no tengo comida en casa	21	33 a	34 a
Ver sitios nuevos	35 bc	4	8 b
Para consumir un plato que no se preparar	21 bc	16	17
Desconectar del trabajo	21 bc	12	11
Cuando somos muchos para comer	16	17	17
Cuando tengo invitados	9	22 a	20 a
Cuando hay partido de futbol	6	21 ac	15 a
Para desconectar de la familia	9 a	6	8

Base tipo consumo (I)

P7 ¿Por qué motivos...?

● Fuera de casa ● Delivery ● Take Away



a/b/c diferencias significativas (95%)vs Fuera de casa / Delivery / Take Away

MOTIVOS FORMAS DE CONSUMO EN RESTAURACIÓN

Par las mujeres es importante el no tener que cocinar (Comer fuera:44%;Delivery/Take away: 55%)

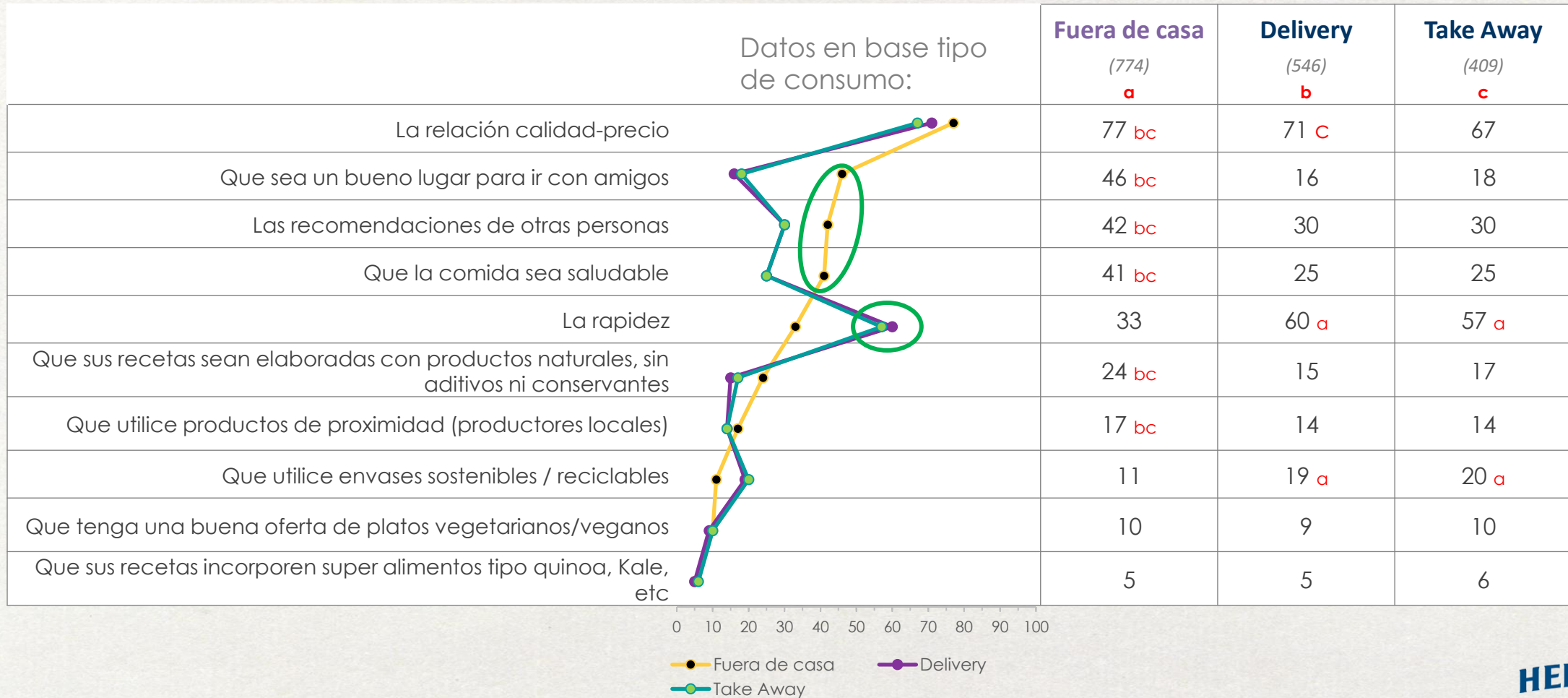
Cuando no tiene comida en casa (delivery: 38%) o cuando está muy cansada (delivery: 48%/Take away (44%), pero también pasar un buen rato (Comer fuera:71%)

Para los hombres, en especial el delivery, es destaca cuando hay un partido de futbol (26%)



ASPECTOS IMPORTANTES EN LA ELECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

El precio es un elemento clave en la elección del establecimiento en todos los casos; el factor social especialmente relevante cuando se sale fuera: destaca la importancia de que sea un buen lugar par ir con amigos, recomendaciones de otras personas, así como la comida saludable. En cambio, en el delivery/take away destaca la rapidez.



Base: consume tipo consumo ()

P10. Pensando en cuando tienes que elegir un establecimiento, señala cuales son los aspectos más importantes para ti....

a/b/c diferencias significativas (95%)vs Fuera de casa / Delivery / Take Away



ASPECTOS IMPORTANTES EN LA ELECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

El precio es especialmente importante para las mujeres (Fuera de casa: 82%/Delivery: 78%)

Entre los jóvenes hasta 25 años destaca:

- Que sea un buen lugar **para ir con amigos** (Fuera de casa: 60%; Delivery: 27%; Take away: 27%),
- La **rapidez** (Fuera de casa: 45%)
- que tenga una **buena oferta de platos veganos** (Fuera de casa: 15%/Delivery: 16%),
- Que utilice **envases reciclables** (Fuera de casa: 17%/Delivery: 26%; Take away: 29%)

Entre los individuos de 26 a 35 años:

- Que utilice **envases reciclables** (Delivery: 24%)
- los **superalimentos** tipo quinoa o kale (Fuera de casa: 8%/ Take away: 10%)



TIPOS DE COMIDA

5

KEY SUMMARY

- ❑ Aunque la gente come de todo cuando sale fuera o pide para llevar, la **comida tradicional es más frecuente (2,1 veces a la semana)**.
- ❑ La **comida rápida** sigue siendo protagonista de este tipo de comidas mostrando el mayor nivel de adhesión: un **67%** afirma consumirla de forma habitual. Para este tipo de comida se prefiere sobre todo en **delivery (38%)** y el **take away (42%)**.
- ❑ La **comida tradicional (54%)**, se prefiere consumir fuera de casa (**30%**, frente al **11%** en delivery y **12%** de take away)
- ❑ La **comida exótica (50%; 57% entre los de 26-35 a)** y la **comida vegetariana (12%; 17% entre los menores de 36 a.)** tiene especial peso entre los jóvenes.
 - ❑ La comida **vegetariana**, es especialmente relevante entre las mujeres de hasta 35 a. (**18%**), y es el tipo de comida con una mayor tendencia de crecimiento (**64%** de los que lo consumen lo hacen más que hace 5 años)
- ❑ El **casual food (52%)** tiene más potencial entre los individuos de 18 a 35 años, con una frecuencia semanal de **1,3 veces**, superior a la de los individuos de 36-50 a. (**1,0 veces**)

Hay una clara tendencia hacia la búsqueda de **comida saludable y equilibrada** cuando se consume en restauración

TIPOS COMIDA CONSUME FUERA DE CASA

¡En la variedad, esta el gusto!

Aunque la gente come de todo cuando sale fuera, el consumo de comida tradicional es más frecuente.

FRECUENCIA MEDIA
VECES A LA SEMANA

%Consumo en últimos 3 meses

	Fuera 77% (767) a	PREFERIDA* Delivery 54% (543) b	Take Away 40% (400) c
1,0	23	38 a	42 a
2,1	30 bc	11	13
1,2	24	22	21
0,9	20	26 a	23
2,1	3	3	2

1,0

Comida rápida en grandes cadenas

67%

2,1

Comida tradicional

54%

1,2

Casual Food

52%

0,9

Comida exótica

50%

2,1

Comida vegetariana / vegana

12%

Ninguno de los anteriores

2%

MEDIA | TIPOS DE COMIDA
2,41

*Datos en base tipo de consumo

Base total (n=1000) / base tipo de consumo ()

F5. Pensando en los tres últimos meses, por favor, marca cuáles de los siguientes tipos de comida has consumido FUERA DE CASA (o pides a domicilio o para llevar) / F6. ¿Y, pensando en los últimos 3 meses, aproximadamente de media, cuántas veces los has consumido? / P4. ¿Y cuál de los siguientes tipos de comida es tu preferido...?

*Casual food: cocina de calidad pero informal, como tapas, hamburguesas y sándwiches, ensaladas, etc. No incluye cadenas de comida rápida)



a/b/c diferencias significativas (95%)vs Fuera de casa / Delivery / Take Away

¿QUÉ TIPO DE COMIDAS SE ALTERNAN?

El 73% de los consumidores de Casual Food consumen también comida rápida en grandes cadenas.

	TOTAL	Comida rápida en grandes cadenas	Comida tradicional	Casual Food	Comida exótica	Comida vegetariana / vegana
	(1000)	(670) a	(542) b	(524) c	(501) d	(121) e
Comida rápida en grandes cadenas	67%		64%	73%	70% b	56%
Comida tradicional	54%	52%		60%	54%	61%
Casual Food	52%	57%	58%		63% ab	69%
Comida exótica	50%	53%	50%	60%		70%
Comida vegetariana / vegana	12%	10%	14% a	16% a	17% ab	

Base total (n=1000)

F5. Pensando en los tres últimos meses, por favor, marca cuáles de los siguientes tipos de comida has consumido FUERA DE CASA (o pides a domicilio o para llevar)/



a/b/c/d/e diferencias significativas (95%) por tipo comida

TIPOS COMIDA CONSUME FUERA DE CASA

La comida exótica le gusta más a las mujeres (54%), y a los individuos de entre 26 y 35 años (57%).

La comida rápida: entre 18 y 35 años (74%) y los que tienen niños en el hogar (74%)

Vegetariana: entre los que tienen entre 26 y 35 años (19%). Las mujeres la consumen lo hacen con mayor frecuencia (2,5 veces a la semana)



TIPOS COMIDA CONSUME FUERA DE CASA – POR ZONA

En la zona Norte* destacan por consumir más Casual Food (69%)

En Madrid por consumir más comida exótica (63%)

* Incluye País Vasco, Navarra, la Rioja y Cantabria



GASTO EN EL HOGAR: FURA DE CASA VS DELIVERY/TAKE AWAY

Comer fuera de casa implica un gasto mayor que el delivery/take away especialmente cuando se come Casual Food, Comida Tradicional o Comida Vegetariana/vegana

COMER FUERA DE CASA

(771)

98€
al mes

Casual Food <small>(507)</small>	38€
Comida tradicional <small>(516)</small>	56€
Comida exótica <small>(490)</small>	33€
Comida rápida en grandes cadenas <small>(648)</small>	29€
Comida vegetariana / vegana <small>(116)</small>	30€

DELIVERY / TAKE AWAY

(716)

64€
al mes

Casual Food <small>(507)</small>	25€
Comida tradicional <small>(516)</small>	22€
Comida exótica <small>(490)</small>	27€
Comida rápida en grandes cadenas <small>(648)</small>	27€
Comida vegetariana / vegana <small>(116)</small>	18€

Base consume tipo comida y realiza come fuera de casa /delivery-Take away ()

P5. Cuando sales a comer fuera o pides comida a domicilio o para llevar, ¿cuánto dinero de **media** dirías que gastáis actualmente en tu casa, en un mes normal?

GASTO EN EL HOGAR

Los mayores de 36 a 50 a. gastan más al mes en comer fuera (113€), destacando casual food (44€), la comida tradicional (68€) y la comida exótica (38€)

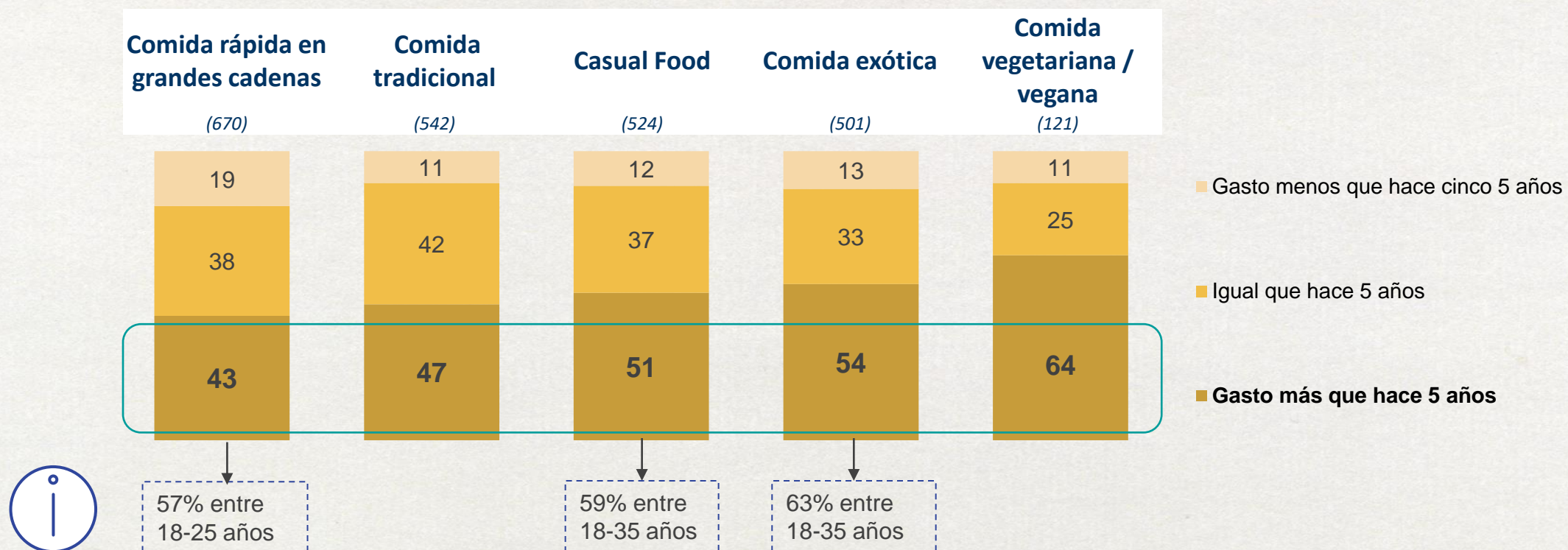
También los mayores de 36 a 50 a son los que gastan más en comida a domicilio/para llevar (71€), especialmente en comida exótica (32€) y comida rápida (30€)

En Cataluña el gasto en comida exótica es mayor (43€)



EVOLUCIÓN DEL GASTO POR TIPO COMIDA

En todos los casos, la gente declara un mayor nivel de gasto que hace 5 años. Sin embargo, la evolución positiva de la comida OOH se refleja especialmente en la comida vegetariana (64% frente al 43% de las grandes cadenas)



Base: consume tipo comida ()

P9. Y pensando en hace unos 5 años. Ahora, ¿cuánto gastas en un mes normal en...?

CAMBIO LOS HÁBITOS DE COMER FUERA DE CASA (en los últimos 5 años)

A día de hoy, ofrecer comida “healthy” se ha convertido en un algo indispensable en la oferta de comida fuera del hogar



48% Me fijo más en que la comida que pido sea **saludable y equilibrada**

28% Pido comida más informal

26% Busco establecimientos más baratos →

54% entre mujeres
18-25 años

14% Mis comidas son más desestructuradas que antes, fuera de horarios, etc.



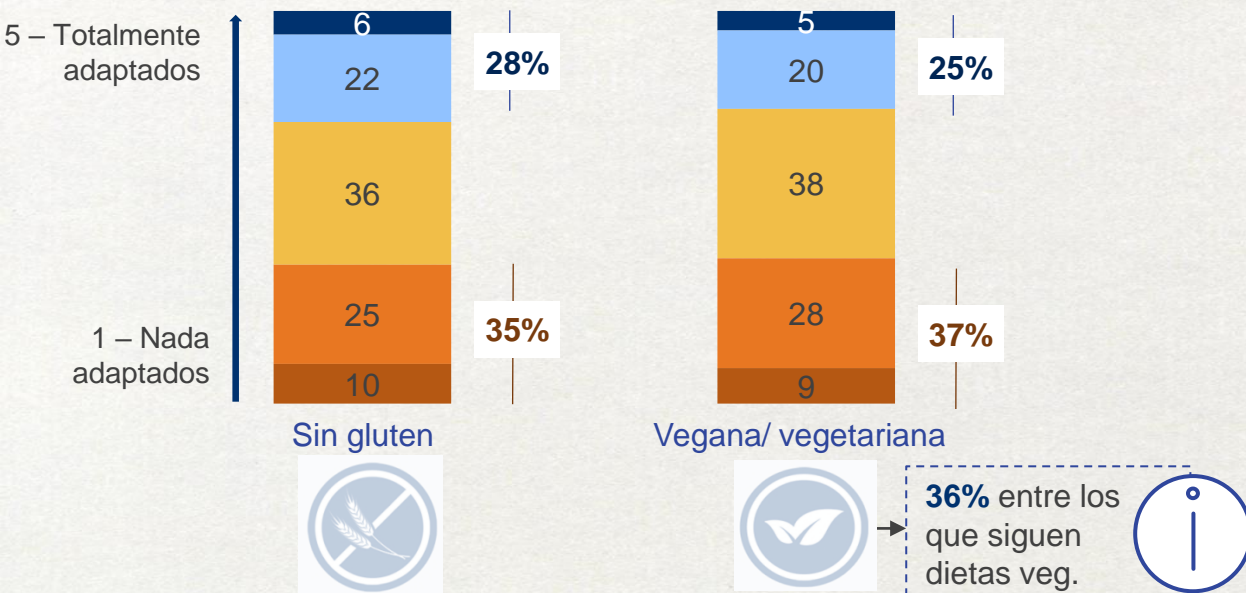
Base: consume tipo comida ()

P9b. ¿Cómo han cambiado tus hábitos respecto a salir a comer fuera en los últimos 5 años?

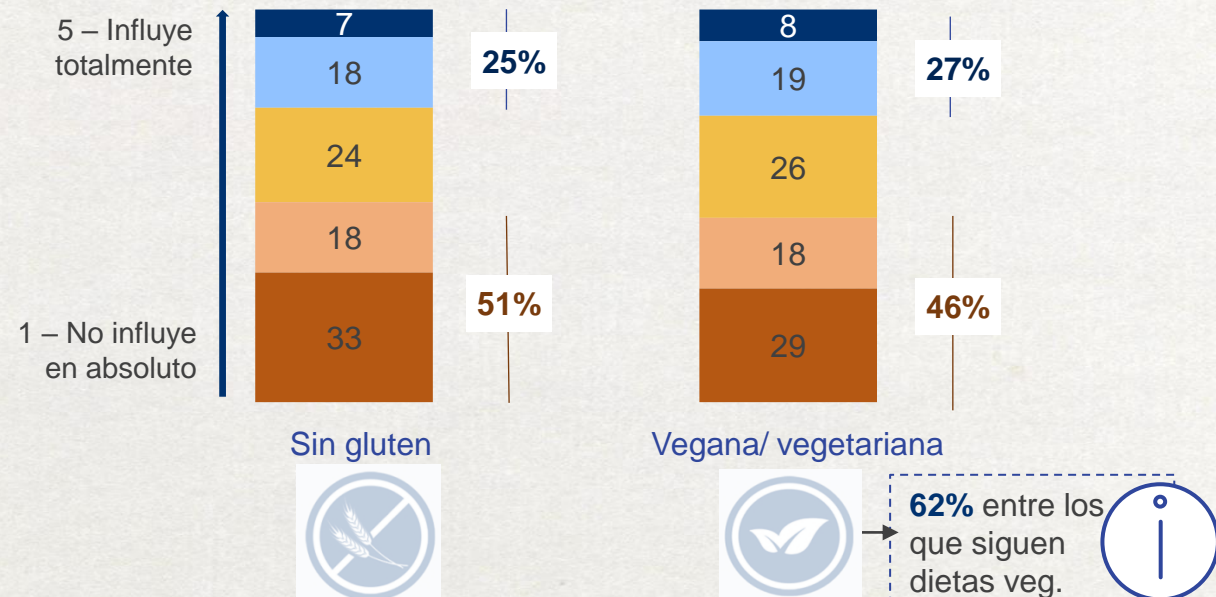
OFERTA ADAPTA A DIETAS ESPECÍFICAS

Para aproximadamente un 50% de la población que los establecimientos estén adaptados a las dietas sin gluten o a las dietas veganas/vegetariana no influye en la elección del establecimiento.

Los establecimiento ofrecen dietas adaptas...



Influye a la hora de escoger el establecimiento...



Base total (n=1000)

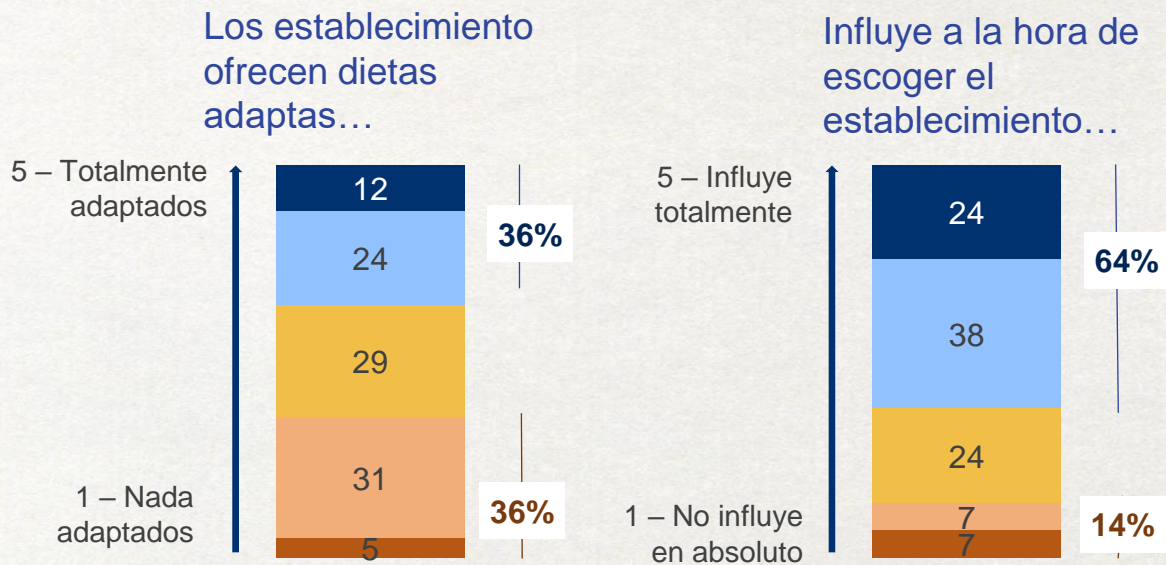
P16. ¿Hasta qué punto cree que los establecimientos disponen de menús adaptados? / P15-P17. ¿Hasta qué punto es importante para ti que un establecimiento tenga una oferta específica pensada especialmente para personas veganas/vegetarianas/ oferta específica sin gluten?

HELLMANN'S
EST. 1913

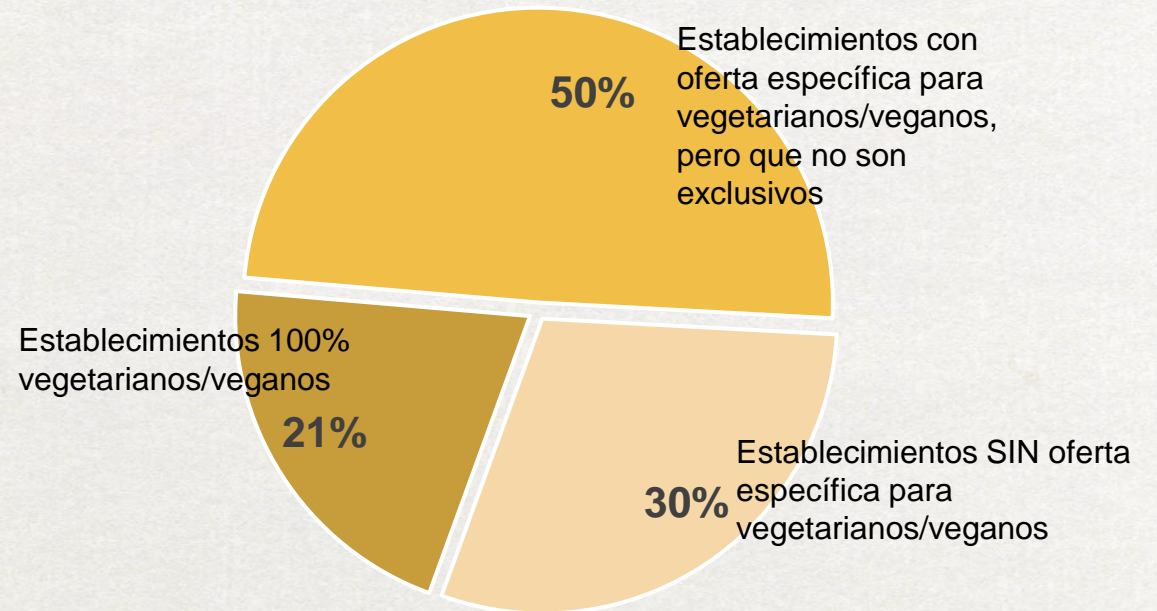


OFERTA ADAPTA A DIETAS VEGETARIANA/VEGANAS

Sin embargo, sólo un 36% de los que consumen comida vegana consideran que la oferta de restauración está adapta a este tipo de dieta, mientras que para el 64% esto influye en su elección del establecimiento.



Tipo establecimiento en el que consume comida vegana/vegetariana



Base consumen comida vegana/vegetariana (n=121)

P14. Normalmente, cuando sales a comer, pides a domicilio o para llevar comida vegetariana/vegana lo haces en... / P16. ¿Hasta qué punto cree que los establecimientos disponen de menús adaptados? / P15. ¿Hasta qué punto es importante para ti que un establecimiento tenga una oferta específica pensada especialmente para personas veganas/vegetarianas/ oferta específica sin gluten?

CASUAL FOOD

6

KEY SUMMARY

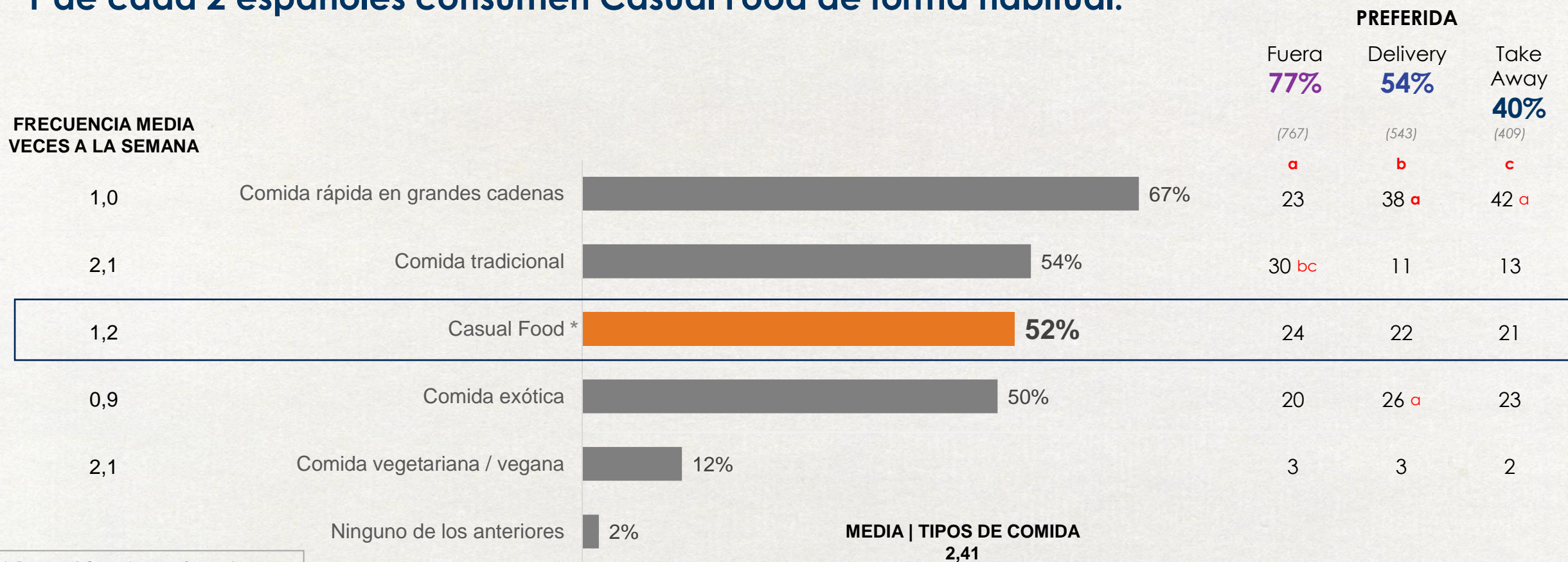


***Casual food:** cocina de calidad pero informal, como tapas, hamburguesas y sándwiches, ensaladas, etc. No incluye cadenas de comida rápida)

- ❑ Un 52% de los españoles consumen Casual Food de forma habitual.
- ❑ Aunque existe variedad en las elecciones, la hamburguesa en primer lugar (82%), seguido por los sándwiches y bocadillos (64%) y las tapas (60%) son las categorías de casual food más populares.
- ❑ El consumo de casual food es más frecuente en vacaciones (un 72% al menos una o dos veces a la semana) que en periodo laboral (un 46%) ; se realiza principalmente fuera de casa, especialmente entre semana para comer (56%) o en fin de semana (comer: 69%; cenar: 59%).
- ❑ Este tipo de consumo se realiza principalmente en establecimientos tipo bar, restaurante, etc. (92%)
- ❑ Como principal driver de elección destaca que tenga un precio económico (57%), pero también de be ser una comida saludable (43%), en línea con la con la tendencia hacia un consumo más 'healthy'.
- ❑ La rapidez del servicio, también emerge como un elemento relevante (40%)

TIPOS COMIDA CONSUME FUERA DE CASA

1 de cada 2 españoles consumen Casual Food de forma habitual.



*Casual food: cocina de calidad pero informal, como tapas, hamburguesas y sándwiches, ensaladas, etc. No incluye cadenas de comida rápida)

Base total (n=1000)

F5. Pensando en los tres últimos meses, por favor, marca cuáles de los siguientes tipos de comida has consumido FUERA DE CASA (o pides a domicilio o para llevar)/ F6. ¿Y, pensando en los últimos 3 meses, aproximadamente de media, cuántas veces los has consumido? / P4. ¿Y cuál de los siguientes tipos de comida es tu preferido...?

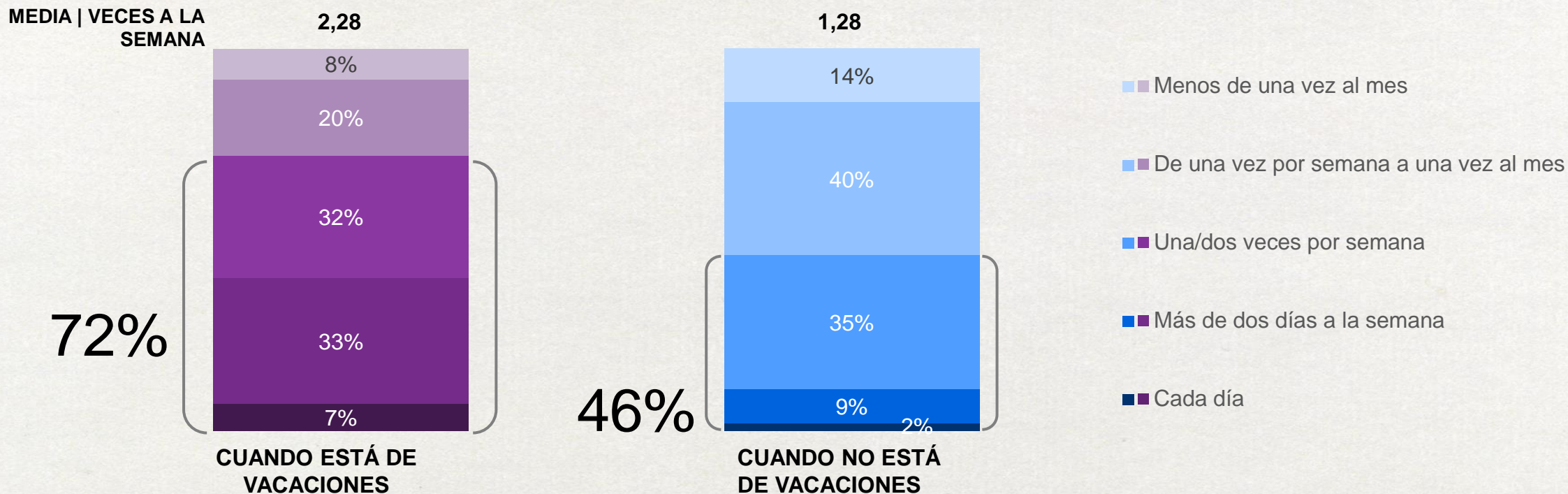


a/b/c diferencias significativas (95%)vs Fuera de casa / Delivery / Take Away

FRECUENCIA CASUAL FOOD DE VACACIONES / NO VACACIONES

El consumo de Casual Food es mucho más frecuente en vacaciones: un 72% lo consumen al menos una/dos veces por la semana en vacaciones. Este porcentaje se reduce al 46% en periodo no vacacional.

Datos en base consumen Casual Food



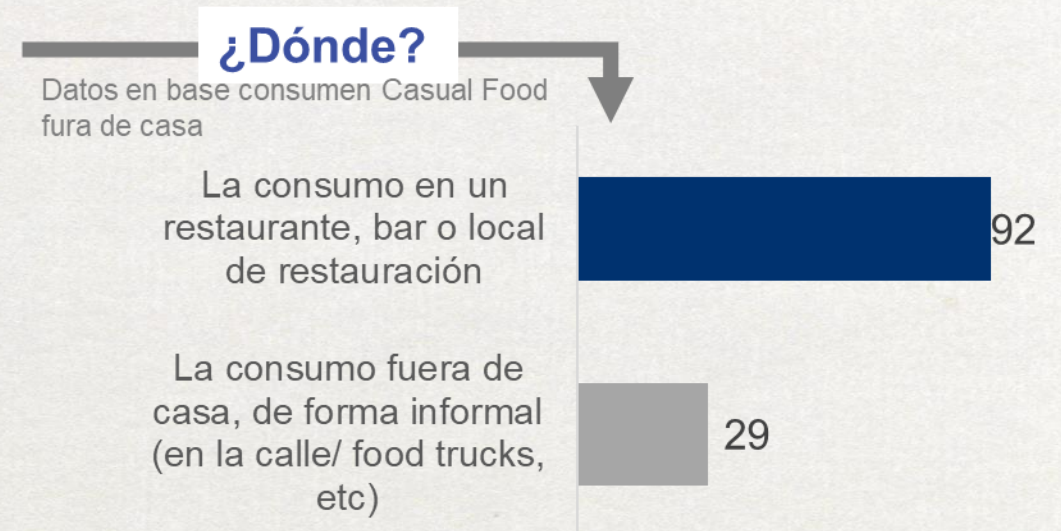
Base consumen casual food (n=524)

P22. Indícanos ahora, concretamente, cuantas veces sueles consumir Casual Food, pensando...

HÁBITOS DE CONSUMO CASUAL FOOD

El Casual Food se consume principalmente fuera de casa; especialmente entre semana para comer o en fin de semana. Este consumo se hace principalmente en establecimientos tipo restaurantes, bares o locales de restauración.

Datos en base consumen Casual Food	Entre semana para comer	Entre semana para cenar	En fin de semana para comer	En fin de semana para cenar
	a	b	c	d
Salir a consumir fuera de casa	56% b	38%	69% abd	59% a
Pedir comida a domicilio/delivery	32% c	42% ac	26%	46% ac
Pedir comida para llevar/ take away	31% c	30% c	22%	30% c
NO suelo realizar esta comida fuera de casa ni pedir comida a domicilio o para llevar	11% d	18% acd	9% d	5%



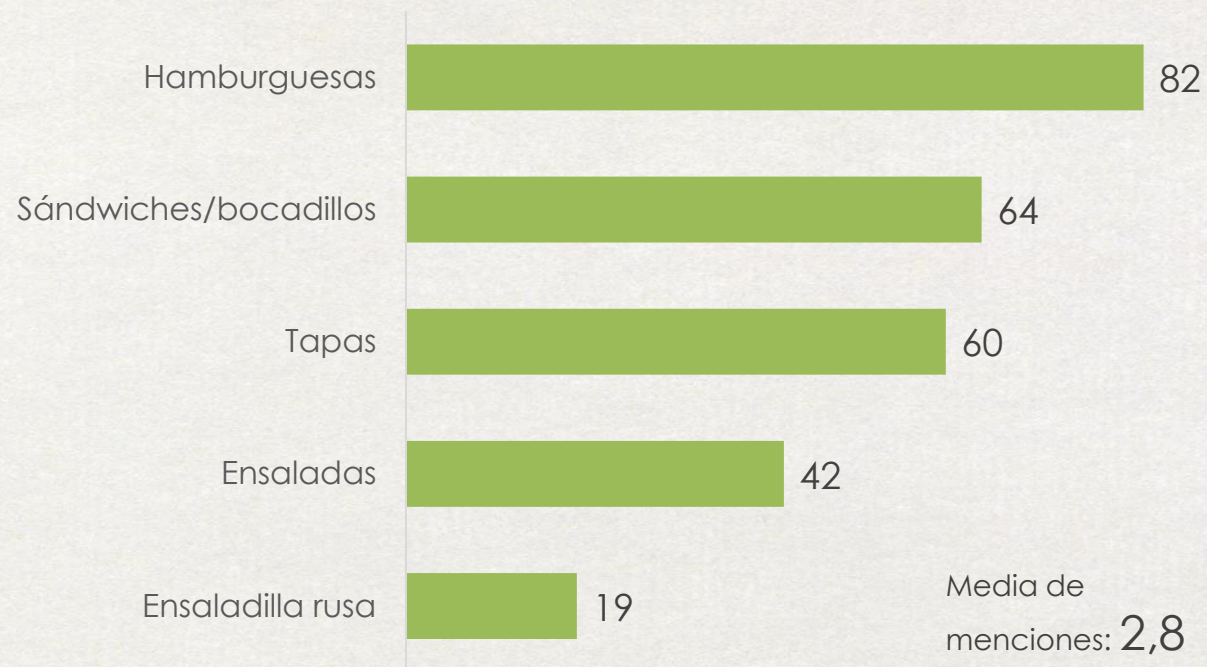
Base consumen casual food (n=524) / Base consumen casual food fuera de casa (n=427)

P19. Pensando en la comida tipo Casual Food y los diferentes momentos del fin de semana / entre semana normalmente / P20. Y, pensando en la comida tipo Casual Food, normalmente

CONSUMO CASUAL FOOD

Aunque prima la variedad, las hamburguesas, seguidas de los sándwiches y las tapas son los tipos de casual food más habituales

Datos en base consumen Casual Food



Base consumen casual food (n=524)

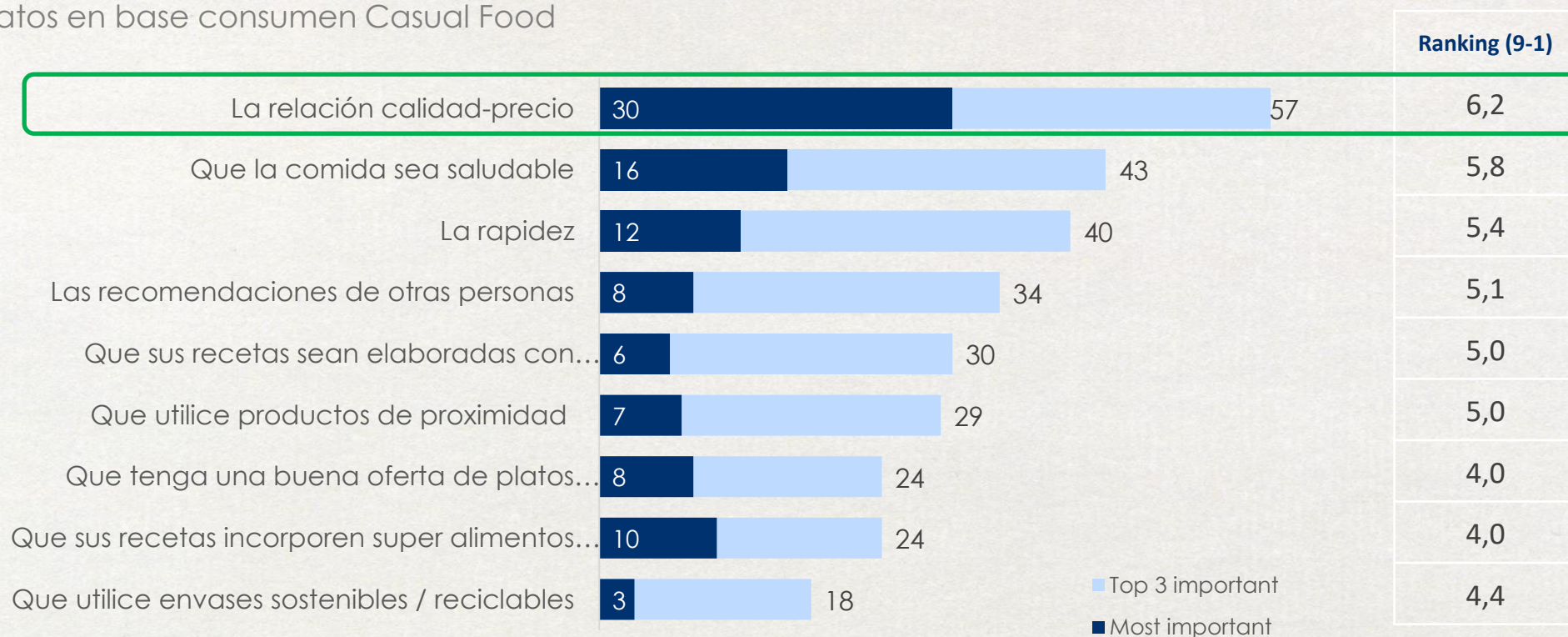
P18. ¿Cuál de los siguientes tipos de Casual Food has consumido en los últimos 3 meses?

¿QUÉ ES IMPORTANTE EN LA ELECCIÓN DE CASUAL FOOD?

El relación precio-calidad juega un papel clave en la elección de casual food.

Otros factores relevantes son también que sea una comida saludable y la rapidez.

Datos en base consumen Casual Food



Base consumen casual food (n=524)

P21. Cuando eliges un establecimiento para consumir Casual Food, ¿cómo de importantes son para ti cada uno de los siguientes puntos?

CONSUMO CASUAL FOOD

Mayor porcentaje de consumo de Casual Food entre los que tienen estudios universitarios (60%)

Las hamburguesas, destacan entre los hombres (87%); las ensaladas, entre las mujeres (46%)

La ensaladilla rusa, entre los mayores de 36-50 a (23%)

En Andalucía destaca el consumo de tapas (72%) y ensaladilla rusa (33%)

En Madrid, destaca el consumo de hamburguesas (91%)



LAS SALSAS

7

KEY SUMMARY

- ❑ Las salsas y aliños son un elemento indispensable en el sector de la restauración: 9 de cada 10 españoles las consumen con algún tipo de comida
- ❑ La comida tradicional es la que menos se acompaña de salsas y aliños, aunque el porcentaje sigue siendo alto: un 76%
- ❑ Las salsas preferidas son el ketchup y la mayonesa. Por tipo de comida destacan la preferencia por:

Ketchup → comida rápida (40%) y casual food (21% → hamburguesas:49%)

Mayonesa → casual food → sándwiches, ensaladilla rusa (41%)

Aliño tradicional → Comida tradicional (27%) y Vegetariana (20%)
Casual food → ensaladas (44%)

¿Qué es importante?

Sabor (61%)
Que sea saludable
(49%)

CONSUMO DE ALIÑOS POR TIPO DE COMIDA

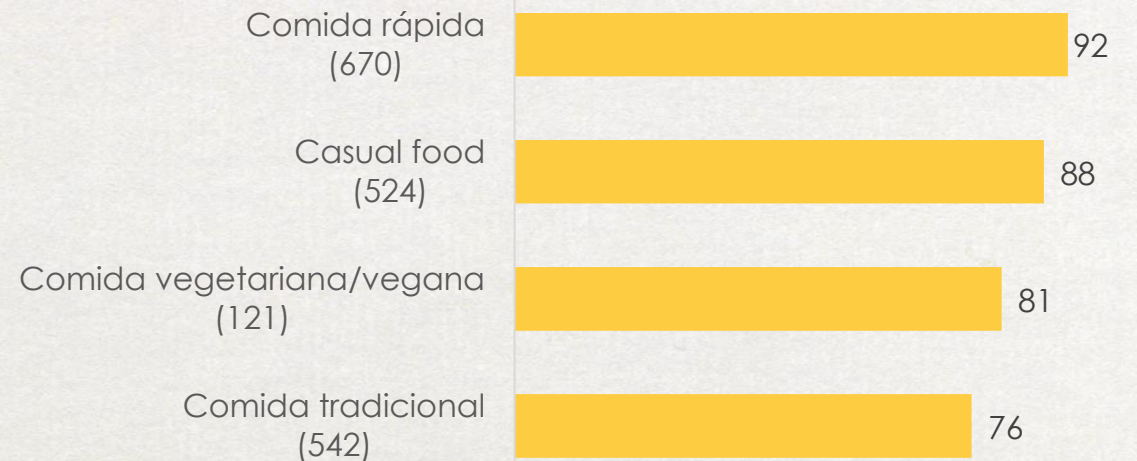
Los aliños se consumen en todo tipo de comida: tienen más importancia en la comida rápida mientras que la comida tradicional es el tipo de comida con la que menos salsas se consumen

¿con qué tipo de comida?

94% de los Españoles consumen aliños con al menos algún tipo de comida

Base total (n=1000)

P23. Y, qué tipo de salsas o aliños prefieres para acompañar



¿QUÉ SALSA PREFIEREN?

El ketchup domina el Casual Food y la comida rápida, el aliño tradicional la comida tradicional y la vegetariana

Datos en base tipo de consumo:	Comida rápida	Comida tradicional	Casual food	Comida Exótica	Comida vegetariana/vegana
	(670)	(542)	(524)	(501)	(121)
Ketchup	40	5	21	1	5
Mayonesa	15	12	16	1	7
Aliño tradicional (aceite, aceite y vinagre)	3	27	7	3	20
Salsa barbacoa	11	2	8	2	2
Salsa tipo cesar, yogurt, mostaza y miel	6	4	10	5	11
Otros aliños con base de aceite (vinagreta, aceite y mostaza, etc)	1	8	5	5	12
Salsa picante	4	4	5	18	3
Mostaza	5	2	5	1	2
Salsa de tomate	2	6	3	1	5
Mayonesas con sabores (soja, wasabi, etc.)	3	1	4	20	7
Otras salsas	3	4	4	30	7

Base consumen ()

P23. Y, qué tipo de salsas o aliños prefieres para acompañar

TIPO DE SALSA PARA CASUAL FOOD

El ketchup domina en las hamburguesas, la mayonesa en los bocadillos y la ensaladilla. Las ensaladas, gustan más con aliño tradicional o salas tipo cesar; las tapas, sin salsa (o con mayonesa /salsa picante)

Datos en base tipo de casual food consumido:	Hamburguesas (349)	Sándwiches/ bocadillos (273)	Tapas (251)	Ensaladas (174)	Ensaladilla rusa (87)
Ketchup	49	11	7	1	1
Mayonesa	15	41	16	3	59
Aliño tradicional (aceite, aceite y vinagre)	1	4	8	44	7
Salsa tipo cesar, yogurt, mostaza y miel	3	9	6	25	0
Salsa barbacoa	11	3	4	1	1
Mostaza	9	5	1	3	0
Salsa picante	3	4	10	1	1
Otros aliños con base de aceite (vinagreta, aceite y mostaza, etc)	1	0	4	14	0
Mayonesas con sabores (soja, wasabi, etc.)	2	3	3	3	8
Otras salsas	0	2	7	2	0
Salsa de tomate	2	3	3	1	0
No utilizo ningún aliño ni salsa	3	16	31	2	23

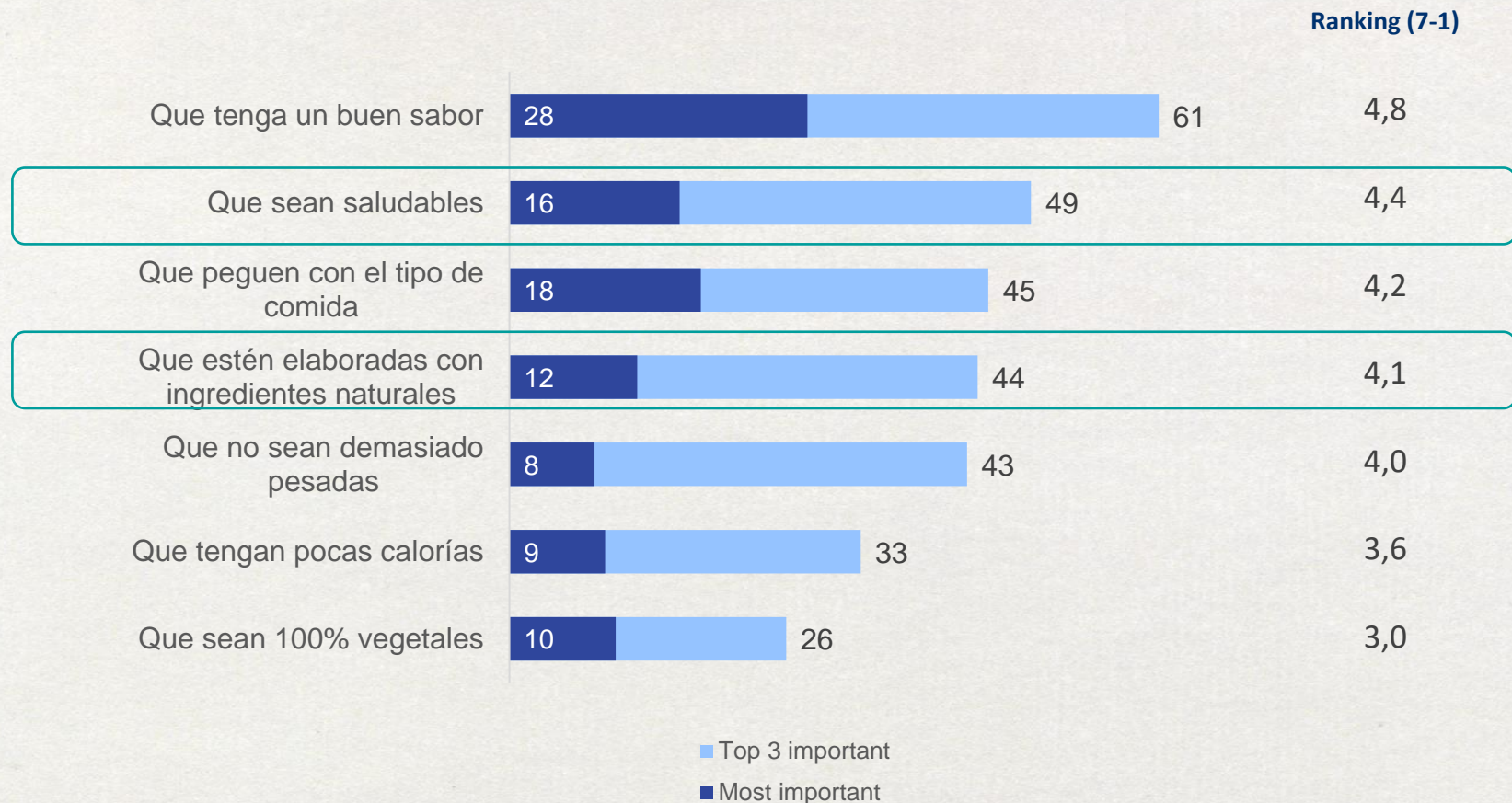
Base consumen ()

P23. Y, qué tipo de salsas o aliños prefieres para acompañar

¿QUÉ IMPORTA PARA ESCOGER UNA SALSA?

Es indispensable que una salsa tenga un buen sabor y que pegue con la comida, pero el factor 'saludable' emerge como un driver clave en esta categoría también.

Datos en base
consume algún
aliño



Base utiliza algún aliño (n=937)

P25. Pensando en las salsas que te ofrecen los establecimientos donde comes fuera de tu casa o pides comida a domicilio o para llevar, ordena de más a menos importantes los siguientes atributos

¿CAFÉ Ó TÉ?

8

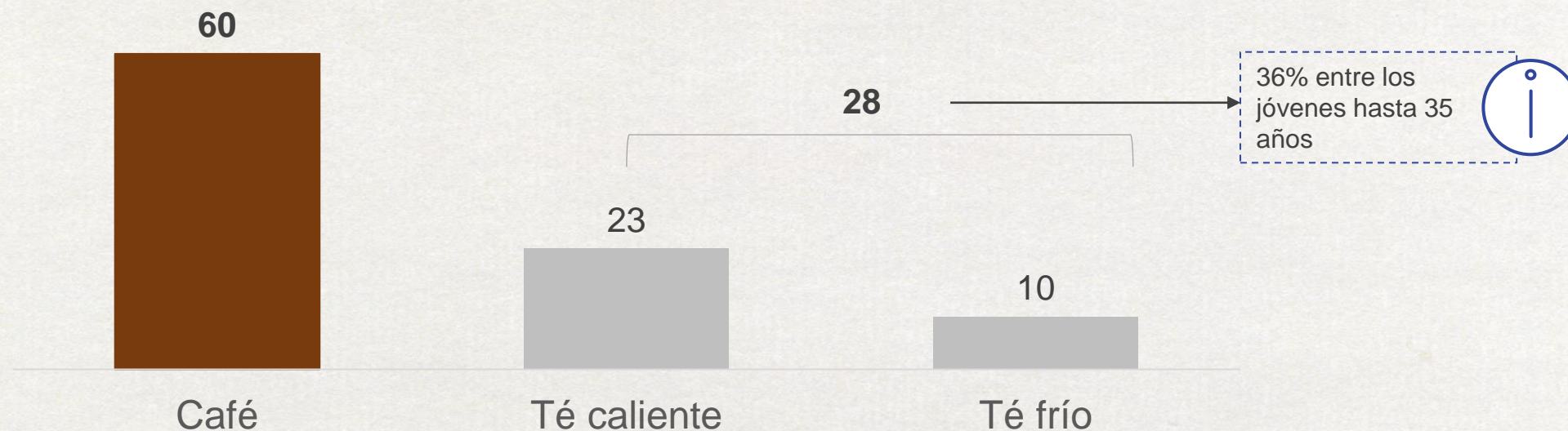
KEY SUMMARY

- ❑ El café sigue liderando el consumo de infusiones fuera del hogar (60% frente un 28% del té). Sin embargo hay una tendencia positiva en el consumo de té (especialmente caliente: un 52% de los que lo consumen lo hacen con mayor frecuencia que hace 5 años)
- ❑ El consumo de té es mayor entre los jóvenes hasta 35 años (36%)
- ❑ El té gana adeptos por su sabor (44%) y variedad de opciones (40%). En un tercer nivel, destaca por ser más saludable que el café (36%)

¿CAFÉ Ó TÉ?

Claramente, el café es el rey del consumo OOH, pero el té destaca como una tendencia al alza.

Incidencia de infusiones OOH:



Evolución positiva últimos 5 años **38%**

52%

47%

Datos en base tipo consume té/café)

Base total (n=1000) / base consume café (605) / Té caliente (228) / Té frío (102)

P26. Pensando ahora en el consumo de té o café que haces cuando comes fuera de tu casa o cuando pides comida a domicilio o para llevar. ¿Consumes más té o café? / P27. Y respecto a los últimos 5 años, tu consumo de té/café cuando comes fuera de tu casa o pides comida a domicilio o para llevar...

HELLMANN'S
EST. 1913

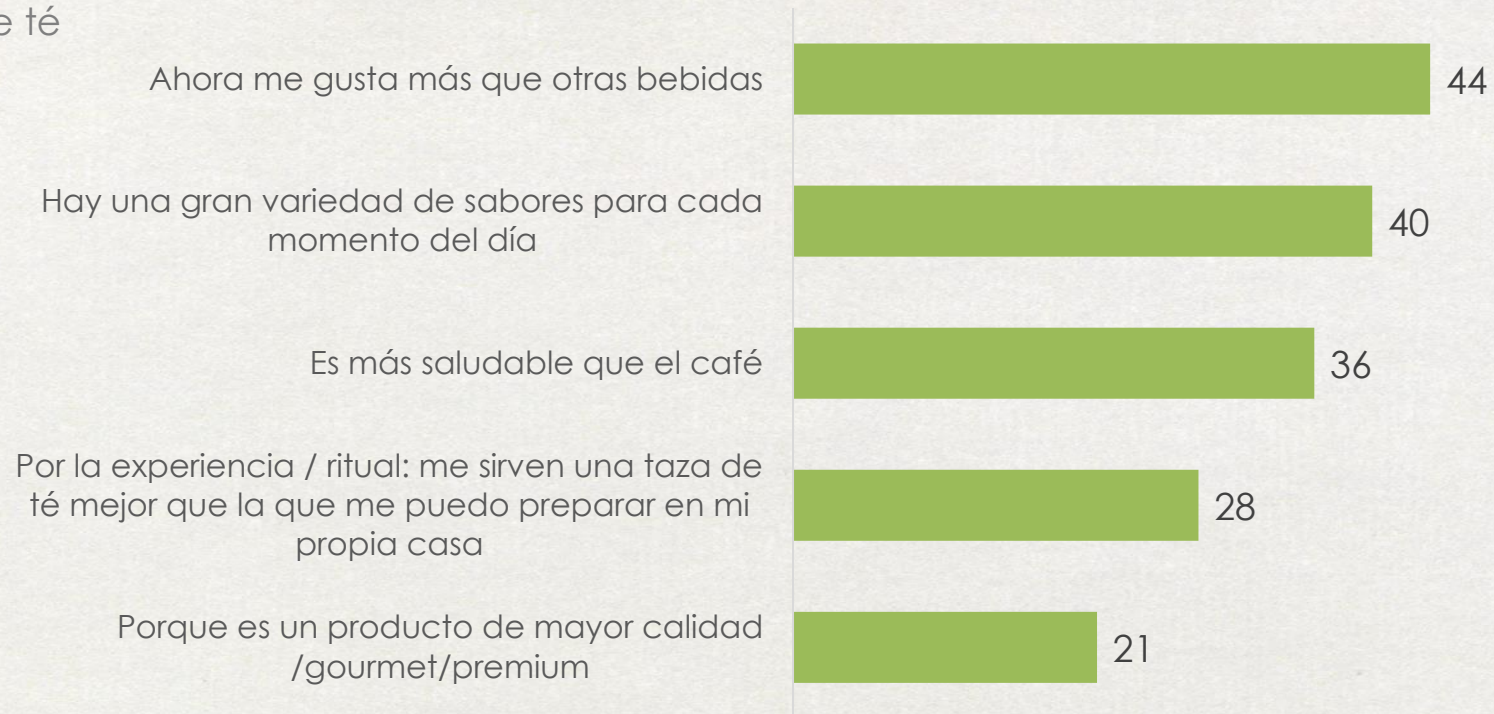


¿Y PORQUÉ CONSUMEN MÁS TÉ?

El té gana adeptos por su sabor y variedad de opciones.

En tercer lugar, destaca el ser más saludable que el café

Datos en base evolución
positiva de consumo de té



Base evolución positiva consumo de té (n=149)

P28. ¿Por qué motivos consumes ahora más té que hace 5 años cuando comes fuera de tu casa o cuando pides comida a domicilio o para llevar ...?

SOSTENIBILIDAD

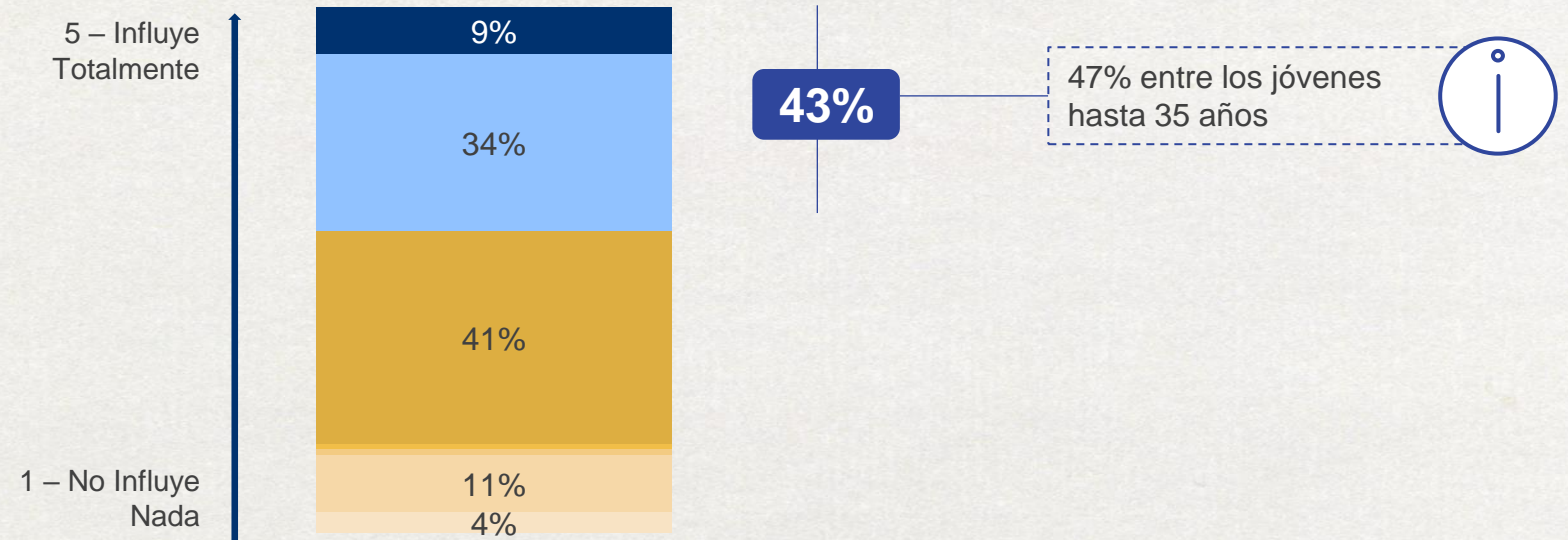
9

KEY SUMMARY

- ❑ **Que un establecimiento tenga una política activa de sostenibilidad es importante para el 43% de los entrevistados.**
- ❑ **Lo más importante, es la gestión del residuos (53%), utilizar productos reciclables (49%) y productos de proximidad (47%)**
- ❑ **Un 47% de los españoles afirman pedir la comida sobrante para llevar**

SOSTENIBILIDAD Y MEDIO AMBIENTE

El 43% de los españoles consideran importante que un establecimiento tenga una política activa en temas de sostenibilidad



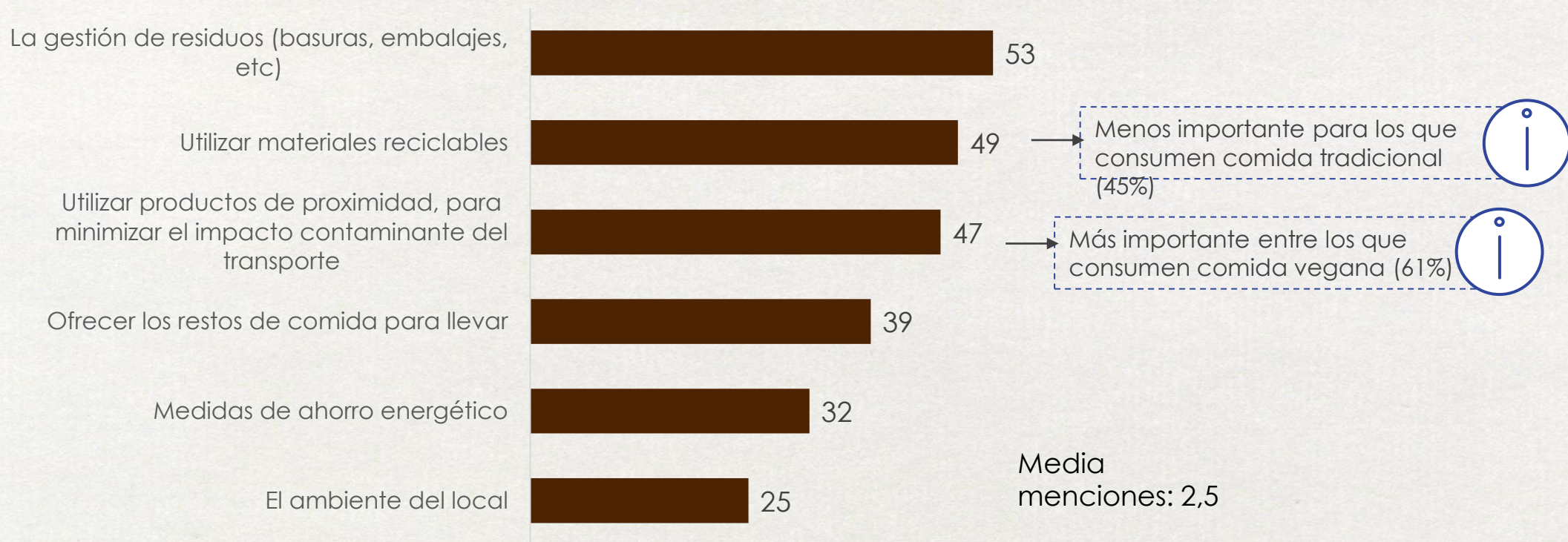
Base total (n=1000)

P13c. ¿Hasta qué punto es importante para ti que un establecimiento tenga una política activa en temas de sostenibilidad y medio ambiente? /

P13. Teniendo en cuenta la política activa en temas de sostenibilidad y medio ambiente en los establecimientos, ¿qué tipo de medidas crees que son más importantes?

¿Y QUÉ ES LO MÁS IMPORTANTE?

Gestión de Residuos, utilizar productos reciclables y la utilización de productos de proximidad es clave en lo que refiere a políticas activas de sostenibilidad y medioambiente



Base total (n=1000)

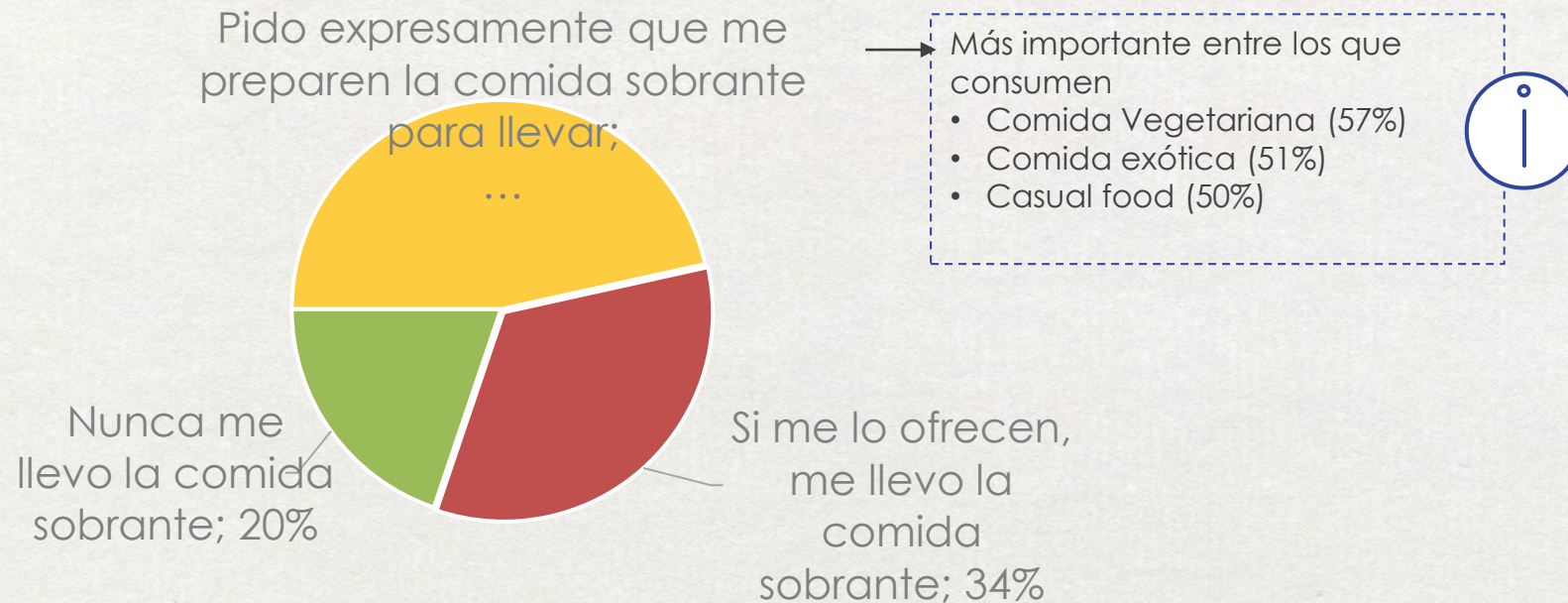
P13c. ¿Hasta qué punto es importante para ti que un establecimiento tenga una política activa en temas de sostenibilidad y medio ambiente? /

P13. Teniendo en cuenta la política activa en temas de sostenibilidad y medio ambiente en los establecimientos, ¿qué tipo de medidas crees que son más importantes?

SOSTENIBILIDAD Y MEDIO AMBIENTE

Casi el 50% de los entrevistados, piden que les pongan para llevar la comida sobrante

Cuando va a comer fuera y no acaba la comida...



Base total (n=1000)

P13b. Cuándo vas a comer fuera de casa y no te acabas la comida....

SOSTENIBILIDAD Y MEDIO AMBIENTE

POR GÉNERO

Los hombres valoran más las medidas de ahorro energético (38%) y las mujeres la gestión de residuos (57%), los productos de proximidad (51%), utilizar materiales reciclables (53%) y ofrecer los restos de comida para llevar (44%)

POR EDAD

Los jóvenes de 18-25 años valoran más el uso de materiales reciclables (57%) y los mayores de 25 a 50 años valoran más utilizar productos de proximidad (51%)

POR COMUNIDADES

En Cataluña se valoran más utilizar productos de proximidad (55%) y en la comunidad de Madrid el uso de materiales reciclables (57%)



PREGUNTA ADICIONAL

11

CUATRO DE CADA 10, DECLARAN HABER DEJADO DE PEDIR COMIDA POR MEDIO DE DELIVERY

¿cómo ha impactado el Covid19 en el pedido de comida en restaurantes por medio de delivery?



¿Cómo ha sido tus pedidos de comida en restaurantes por medio de delivery en este tiempo de Confinamiento?

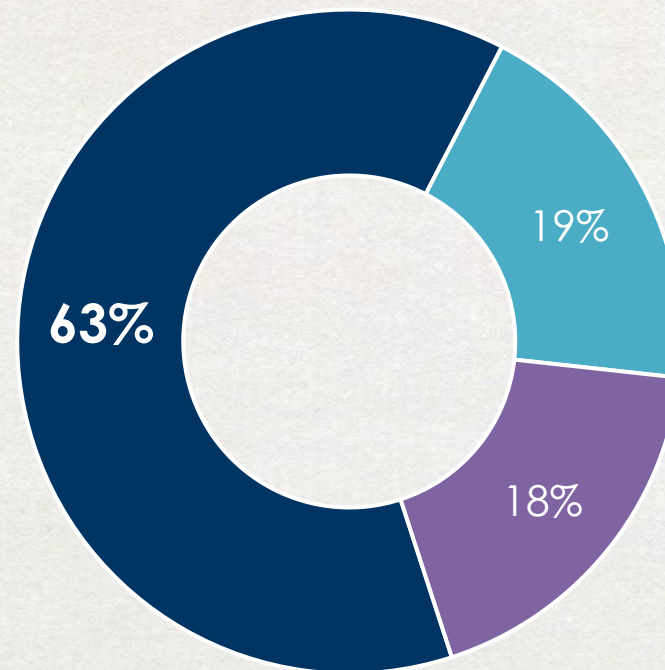
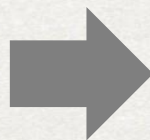
Base: 544 casos nacionales – Comunidad W&W Online – personas que declaran que antes del Covid 19 pedían comida por delivery

SE MANTIENEN HÁBITOS. POCO ESPACIO PARA LA INNOVACIÓN

¿Cómo ha cambiado el consumo entre quienes han mantenido el pedido de comida?

63%

ha hecho algún **pedido de comida en restaurantes por medio de delivery** en este tiempo de Confinamiento



- Estoy consumiendo lo mismo que antes del Confinamiento
- Estoy consumiendo más, pero en los mismos lugares en los que compraba antes

¿Cómo ha sido tus pedidos de comida en restaurantes por medio de delivery en este tiempo de Confinamiento?

Base: 345 casos nacionales – Comunidad W&W Online - personas que declaran mantener los pedidos de comida por delivery durante el Covid19

GRACIAS