

Gastrómetro de Just Eat 2023



**Informe sobre las tendencias
de comida a domicilio**

Novedades gastronómicas, hábitos de consumo y otros
datos relacionados con la comida a domicilio en España



Índice

Prólogo de nuestros expertos de la industria

- 3-4** **Íñigo Barea Egaña**
Director general de Just Eat España
- 7** **José Luis Yzuel**
Presidente de Hostelería de España
- 8** **Alejandro Hermo**
Presidente de Marcas de Restauración
- 10-11** **Chef Bosquet**
Experto en gastronomía diplomado por Le Cordon Bleu

12 Mercado de la comida a domicilio online

14-17 Sobre nosotros

19-23 Los usuarios

24-35 Análisis de la comida a domicilio

Nacional

Regional

Las nuevas tendencias

- 36-37** Tendencia 1: Paladar emocional
- 38-41** Tendencia 2: Sostenibilidad culinaria
- 42-43** Tendencia 3: Fusión de sabores
- 44-45** Tendencia 4: Despensa en un clic
- 46-47** Tendencia 5: Gastronomía viral

Fuentes / Contacto

Prólogo de

nuestros expertos de la industria

Prólogo de nuestros expertos de la industria

Reflexión y perspectivas sobre este año

Prólogo de Íñigo Barea Egaña
Director general de Just Eat España

El Gastrómetro es una ocasión muy especial que se ha convertido en una seña de identidad de nuestra marca. Un informe de referencia dentro del sector al que acudir para obtener información fiable y contrastada sobre las novedades gastronómicas, hábitos de consumo y datos relacionados con la comida a domicilio en España a las que añadimos también las nuevas verticales que son una gran apuesta para el Grupo Just Eat Takeaway.com. Con la llegada de este nuevo Gastrómetro que además estrena un nuevo formato y es el primero para mí como Director General de Just Eat España, cumplimos once ediciones en las que analizamos el delivery online es un mercado que ha crecido hasta convertirse en uno de los actores principales de la economía española, estando muy presente en nuestro día a día y siendo parte del paisaje urbano de nuestras ciudades.



**“La confianza es el cimiento
de nuestra relación con el
sector y sus usuarios”**

Este último año ha estado marcado por la inflación y el consecuente enfriamiento del consumo debido a la subida de precios que, según refleja el Observatorio de la Hostelería 2023 de Hostelería de España, también afectó a las actividades de restauración. En el primer mes del año y según datos de este estudio, los precios de la restauración experimentaron un incremento interanual de un 7,7%, cifra que se moderó hasta un 6,4% en julio. A este desafío se le añade el reto de la compleja situación legislativa y judicial que protagoniza las portadas de los periódicos, a pesar de contar con una legislación vigente desde hace ya dos años y jurisprudencia del Tribunal Supremo.

Las necesidades cada vez más exigentes de los consumidores nos obligan a estar en constante evolución y adaptación. Por eso, 2023 también ha sido un año en el que el delivery ha vivido una transformación a través de la diversificación y la incorporación de nuevas verticales de negocio para seguir ampliando horizontes. Un camino que nos lleva a estar presentes en el día a día de los españoles.

En un sector en crecimiento como el nuestro, es importante adaptarse al mismo ritmo en el que cambian las exigencias y necesidades de una población cada vez más digitalizada. Durante este año hemos realizado un trabajo intenso reforzando la regionalización del servicio ampliando nuestra flota de repartidores contratados en 9 nuevas ciudades y, además, añadiendo nuevas verticales a la plataforma.

“Creemos en el crecimiento de nuestro sector y, aunque la restauración siempre será el corazón de nuestro delivery, el horizonte es gigantesco”

En marzo de 2022, incluimos ‘cesta de la compra’, y en mayo de 2023, ‘parafarmacia’, una vertical impulsada en colaboración con LUDA Partners, donde se pueden encontrar productos de parafarmacia con la seguridad de que llegan a sus hogares con una línea de trazabilidad y seguridad completa. Los dos proyectos nos enorgullecen y reflejan nuestra apuesta por la diversificación de servicios, que no solo fortalecen nuestra posición en el mercado del delivery, sino que también refuerzan nuestro firme compromiso de ofrecer a nuestros clientes una experiencia integral, cómoda, segura y legal.

La confianza es el cimiento de nuestra relación con el sector y sus usuarios. Sabemos lo que nuestros socios y los usuarios esperan de nosotros: calidad, seriedad y lealtad a las reglas del juego. Por ello, reconocemos la responsabilidad que tenemos con nuestros usuarios,

quienes depositan en nosotros dos de las coordenadas más preciadas de sus vidas: su tarjeta de crédito y su dirección personal. Entendiendo la importancia de los mismos, trabajamos para asegurar la máxima calidad en todo el proceso que va desde la realización del pedido hasta la entrega del mismo en la puerta del usuario, y en el que cuidamos elementos como la limpieza de las mochilas para asegurar la calidad.

Creemos en el crecimiento de nuestro sector y, aunque la restauración siempre será el corazón de nuestro delivery, el horizonte es gigantesco. Por eso trabajamos en la diversificación incorporando nuevas líneas de negocio que nos permitan satisfacer las necesidades del consumidor actual. Just Eat seguirá aportando su granito de arena a este crecimiento previsto, trabajando codo a codo con nuestros más de 29.000 socios, sin los cuales sería imposible ofrecer a nuestros más de 3 millones de usuarios la mejor oferta gastronómica junto con las nuevas verticales que estamos abriendo en el país.

Íñigo Barea Egaña





Prólogo de José Luis Yzuel Presidente de Hostelería de España

La hostelería ha constatado este año, especialmente en la temporada de verano, que sigue siendo un motor económico de nuestro país, no solo en términos absolutos de facturación, sino también en empleo, ya que en el mes de agosto se alcanzó la cifra récord de más 1,9 millones de trabajadores. La media de facturación del año hasta julio se situaba un 10% por encima del pasado año, con una tendencia a la contención del gasto que va siendo cada vez más acusada a medida que avanzan los meses. Según una encuesta realizada por Hostelería de España a sus asociados, en el último trimestre se espera una caída de hasta un 5% respecto al año anterior, teniendo en cuenta que los mismos meses de 2022 mostraron muy buen comportamiento, con recuperación de las cifras de 2019.

Aun así el cierre de año constata la recuperación del sector con cifras por encima de las alcanzadas en 2022, aunque con claros signos de desaceleración del consumo de cara a 2024. Según la encuesta realizada a los hosteleros se detecta una contención del gasto y reducción de momentos de consumo, especialmente en cliente habitual y el turista nacional, mientras que se percibe una tendencia al aumento del gasto de los extranjeros.

“La media de facturación del año hasta julio se situaba un 10% por encima del pasado año”

Esto se materializa en un cambio de modelo hacia un turismo más cualitativo, con mejores prestaciones, impulsado por el descenso de los consumidores de menor renta disponible, que se verá compensado con los de mayor poder adquisitivo, tanto por parte del cliente nacional como del extranjero.

Si bien las cifras macro hacen una radiografía de una recuperación absoluta con una superación de las cifras pre pandemia, lo cierto es que esa no es la realidad de cientos de miles de empresas que



no han igualado la rentabilidad de sus negocios. El aumento de los costes salariales del sector, en esa clara apuesta por la calidad en el empleo, junto con la escalada imparable de los precios de los alimentos ha afectado de manera directa a la rentabilidad.

En este contexto nos encontramos con un cliente cada vez más exigente con un mayor acceso a la información para conocer la oferta de los más de 300.000 establecimientos hosteleros de nuestro país. Esta sociedad hiperconectada hace que los locales estén en un proceso de constante transformación donde la digitalización tiene un importante papel. Los clientes disfrutan cada vez más de información sobre la oferta de los establecimientos, con contenidos más audiovisuales y de mejor calidad. Por otra parte, los canales de atención a sus peticiones son cada vez más eficientes, con respuesta casi en tiempo real a las consultas. Y en este sentido el delivery y takeaway, que se han acelerado en los últimos años, mantienen su proceso de asentamiento en los locales de restauración con una mayor agilización de los procesos y de la propia oferta. Asimismo el delivery y takeaway también está teniendo un papel importante dinamizador en otro de los ejes de crecimiento del sector, como es la sostenibilidad.

José Luis Yzuel



Prólogo de Alejandro Hermo Presidente de Marcas de Restauración

El delivery tal y como lo conocemos irrumpió en nuestro sector hace menos de una década, pero con la sensación de llevar toda una vida entre nosotros. Este servicio, que antes daba respuesta a momentos de consumo muy específicos y que no era parte del día a día de la mayor parte de los restaurantes, se ha consolidado como uno de los principales drivers de negocio para la restauración, sobre todo a raíz de su boom durante la pandemia.

Todo ha evolucionado muy rápido estos años, en paralelo a la evolución y adopción de las nuevas tecnologías y digitalización, que ha facilitado y acelerado cambios importantes en los hábitos de consumo. No hace tanto llamábamos desde nuestros teléfonos fijos para pedir una pizza dictando sus ingredientes; y ahora, las nuevas (y no tan nuevas) generaciones están a un solo clic de pedir la comida, cena, un desayuno especial, un picoteo, un regalo o el hielo para las copas del fin de semana. Y ya no sólo pedimos cuando hay fútbol, pedimos para no cocinar, para sorprender a alguien, o simplemente, porque nos apetece.

“El delivery está aquí para quedarse’ es una frase que seguimos escuchando de manera frecuente”

Cuando el delivery irrumpió en nuestras vidas había incertidumbre y muchos miedos en las salas de reuniones de nuestras empresas. Miedo a que el canal no fuera rentable, a que canibalizase las visitas a restaurantes, a que la comida no llegase perfecta y a las implicaciones laborales. Ese miedo inicial que teníamos los operadores de restauración ha evolucionado en una gran oportunidad de negocio para llegar a nuestros consumidores en un mayor número de ocasiones. Hemos pasado de reuniones donde la mayor preocupación era que “el delivery no va a triunfar porque las patatas no van a llegar perfectas”, a “cómo adaptamos nuestros restaurantes para servir eficientemente al gran volumen generado a través del delivery”.



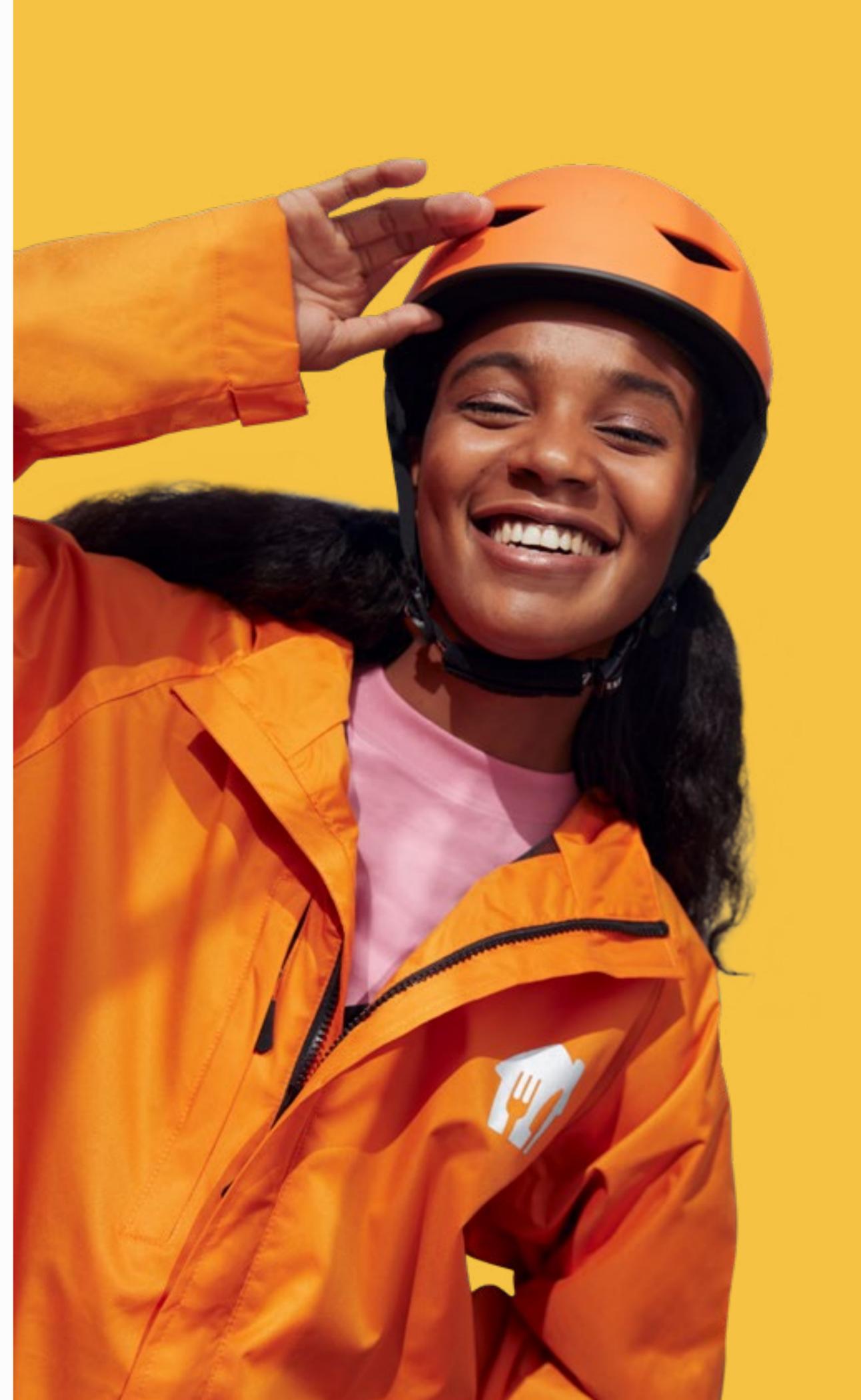
“El delivery está aquí para quedarse” es una frase que seguimos escuchando de manera frecuente, como si tuviésemos que pellizcarnos frecuentemente para creernos que el volumen de negocio que nos aporta es real y no se va a desvanecer de un día para otro.

El delivery es presente y su futuro está por escribir y será brillante, pero no exento de retos. Algunos de los más importantes son la regulación laboral, la seguridad alimentaria, o la sostenibilidad. Este último, muy en boga e íntimamente ligado a la acción sobre el packaging – que estos días se debate activamente en Bruselas – para utilizar materiales reciclados de cartón que sean sostenibles y biodegradables. En esta área las Marcas hemos liderado el camino y la innovación, siendo muy proactivos para concienciar y evitar al cliente el uso de plásticos de un solo uso.

Para hacer frente a estos retos debemos tener presente nuestro objetivo común: trabajar para formar parte de la vida de nuestros clientes y darles la mejor experiencia, escuchando sus necesidades para darles respuesta. Y precisamente para escuchar sus necesidades el Gastrómetro de Just Eat ha sido siempre una gran fuente de conocimiento para entender las tendencias y su influencia en nuestros negocios, que desde Marcas de Restauración complementamos con las que hacemos en nuestro Observatorio con KPMG y Circana.

En un mundo en constante movimiento, el delivery se convierte en el puente que une el deseo con la comodidad, llevando el sabor de la vida directamente a tu puerta.

Alejandro Hermo



Prólogo de nuestro experto en gastronomía

Chef Bosquet, experto en gastronomía diplomado por Le Cordon Bleu

Nuestro ritmo de vida ha hecho que ciertos aspectos más tradicionales del día a día hayan dado un giro de casi 180° para adaptarse, no solo a la vida ajetreada y tecnológica que llevamos, sino también a la necesidad de buscar pequeños momentos de tranquilidad y disfrute personal. De hecho, la cocina aporta momentos muy relajantes y satisfactorios que incluso te pueden acercar a los tuyos en este mundo tan digital, como un pequeño momento junto a tu hijo.

La cocina y la comida siguen siendo partes fundamentales de nuestra vida como individuos y como sociedad, están presentes en encuentros con amigos, celebraciones familiares, tardes de videojuegos e incluso reuniones de trabajo. El delivery ha llegado para quedarse y ayudarnos en nuestra nueva forma de vivir y de relacionarnos. A fin de cuentas, la comida es nuestra gasolina,

“El delivery nos ayuda en nuestra forma de vivir y de relacionarnos”

somos lo que comemos. La organización es esencial para que la vida no se nos pase entre las cosas que tenemos pendientes. Gracias a los servicios de reparto a domicilio, podemos disfrutar de la buena gastronomía lista para comer en la puerta de casa y de la comodidad de pedir la compra en un clic pudiendo organizar mejor los platos y menús de la semana.

“En este Gastrómetro 2023 de Just Eat vemos que la compra a domicilio es un aspecto en auge entre los españoles: ha crecido un 272%”



“La cocina fusión y la sostenibilidad han cobrado un papel importante”

En este Gastrómetro 2023 de Just Eat vemos que la compra a domicilio es un aspecto en auge entre los españoles: ha crecido un 272% desde el año pasado y un 67% de la población reconoce usar este servicio al menos una vez al mes para llenar la despensa.

Sin embargo, no debemos caer en la facilidad de desvincular el delivery de los restaurantes y de la comida bien preparada. Cada vez más chefs vemos el delivery como una ayuda para acercar nuestras creaciones culinarias



Prólogo de nuestro experto en gastronomía

a la población. La pasión por la comida y la cocina me llevaron a dedicarme plenamente a esto y mi objetivo con ello es demostrarle al mundo que se puede comer de forma saludable y a la vez disfrutar de la comida. Poder llevar mis platos a domicilio es una forma más de ayudar a ese objetivo.

Cada vez más buscamos no solo la comodidad de la comida a través del delivery, sino los sabores tradicionales, caseros y saludables. Lo podemos ver en este informe de hábitos de consumo, la comida española es una de las más demandadas y platos como la tortilla de patatas, las croquetas o la paella son los que nos aportan

“La comida española es una de las más demandadas”



“Pero no se trata solo de comodidad, sino de trasladar a nuestros hogares la esencia de la cocina bien preparada”

más felicidad precisamente por los recuerdos que evocan. Yo mismo asocio algunos sabores a recuerdos, muchos me transportan a la felicidad de mi niñez en Valencia, como el inconfundible sabor del flan de mi abuela. En este apasionante viaje culinario en el que nos encontramos, la cocina fusión y la sostenibilidad han cobrado un papel importante. A medida que nos adaptamos a la velocidad de la vida moderna, el delivery se ha convertido en un aliado indispensable para disfrutar

“La popularidad de los envases y la cocina sostenible está en constante crecimiento”

de momentos de tranquilidad y desconexión con nuestros seres queridos. Pero no se trata solo de comodidad, sino de trasladar a nuestros hogares la esencia de la cocina bien preparada, fusionando sabores tradicionales con un toque contemporáneo y en ocasiones exótico. En esta XI edición del Gastrómetro, podemos ver cómo la popularidad de los envases y la cocina sostenible está en constante crecimiento, reflejando el compromiso hacia un mundo más ecológico y responsable. Así que, mientras seguimos explorando nuevas fronteras gastronómicas, recordemos que la comida no solo nos nutre, también nos conecta con nuestras raíces y nos brinda momentos de felicidad y nostalgia.

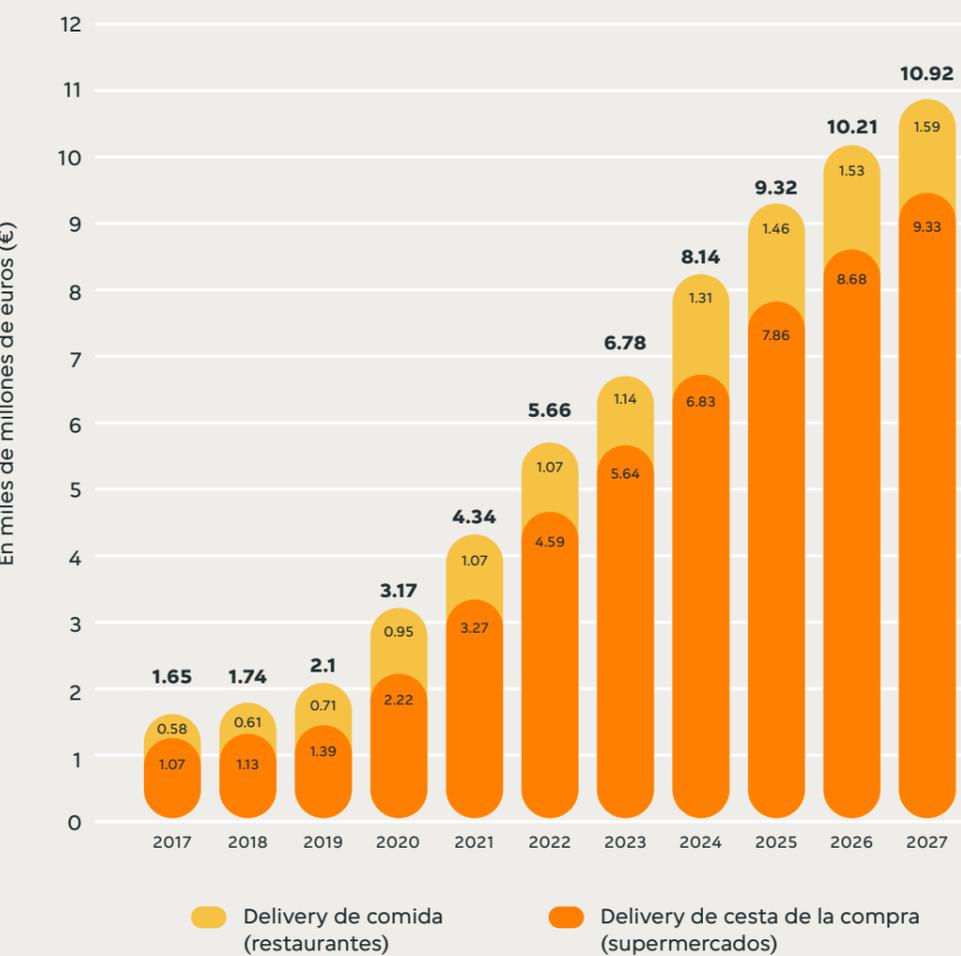
¡Que aproveche!

CHEF BOSQUET

Mercado de la comida a domicilio online

Ingresos del mercado de comida a domicilio y cesta de la compra online en España desde 2017 hasta 2027 (en miles de millones de euros)

*Fuente: Statista



Sobre nosotros



Sobre nosotros

Quién es Just Eat

Just Eat es una de las principales plataformas mundiales de entrega de comida a domicilio online y la plataforma de referencia del sector en España. Con cerca de 3 millones de usuarios activos, actualmente cuenta con más de 29.000 establecimientos asociados, que se reparten en 2.800 municipios, cubriendo el 95% del territorio nacional. A nivel gastronómico, la plataforma ofrece 100 tipos de comida y 100 grandes marcas de restauración, mientras continúa diversificando su oferta de servicios con las verticales de 'cesta de la compra' y 'parafarmacia'.

En mayo de 2023, la compañía ha implementado el servicio de parafarmacia en colaboración con LUDA Partners, complementando así la oferta gastronómica y de restauración, junto a 'cesta de la compra', vertical que se incluye desde marzo de 2022. La creación de nuevas verticales de negocio permite a Just Eat ofrecer una amplia variedad de productos y servicios, con la conveniencia de recibirlos rápidamente donde los usuarios necesiten y con un servicio fiable de repartidores contratados.

Los repartidores son precisamente uno de los pilares fundamentales dentro de Just Eat, por eso la compañía siempre ha defendido el cumplimiento normativo y la entrada en vigor de la Ley Rider en agosto de 2021 con el objetivo de dotar de la seguridad jurídica del sector. Una norma que nace avalada por la jurisprudencia del Tribunal Supremo y con el consenso entre todos los agentes sociales, incluida la propia CEOE. Gracias a su apuesta por el cumplimiento de dicha ley, Just Eat ya tiene en plantilla más de 2.000 repartidores contratados directamente.

A nivel global, Just Eat Takeaway.com cuenta con más de 679.000 socios. Just Eat Takeaway.com ofrece a los consumidores una amplia variedad de opciones desde restaurantes a retail. La compañía ha crecido rápidamente hasta convertirse en una plataforma líder de entrega de comida online con presencia en Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Países Bajos, Canadá, Australia, Austria, Bélgica, Bulgaria, Dinamarca, Francia, Irlanda, Israel, Italia, Luxemburgo, Nueva Zelanda, Polonia, Eslovaquia, España y Suiza.



“La creación de nuevas verticales de negocio permite a Just Eat ofrecer una amplia variedad de productos y servicios”

El grupo Just Eat Takeaway en España



400 empleados en oficinas

Más de

2.000

repartidores contratados



3 millones de usuarios



29.000

socios

2.800 municipios

Perspectiva histórica Hitos en 2023



2023

Enero

- Just Eat lanza el reto Veganuary
- Javier Fernández-Lasquetty, consejero de Hacienda, Economía y Empleo de la Comunidad de Madrid, visita la sede de Just Eat España

Febrero

- Supermercados Dia se incorpora con 50 tiendas a la plataforma de Just Eat
- Celebración de la VIII edición de los 'Premios Just Eat 2022'
- Evento sobre la Directiva Europea de trabajo en plataformas en la sede de Just Eat
- I edición del Mercadillo Solidario para empleados para recaudar fondos a beneficio de Fundación Aladina

Marzo

- Íñigo Barea es nombrado nuevo Director General de Just Eat España
- Lanzamiento del ciclo de encuentros Women JET Tech Talks
- Juan Bravo, Vicesecretario de Economía del PP, visita la sede de Just Eat

Abril

- Just Eat incorpora a su servicio cesta de la compra a supermercados Tu Super en las ciudades de Granada, Málaga y Jaén

Mayo

- Just Eat lanza la nueva vertical de parafarmacia junto a LUDA Partners
- II Women JET Tech Talks sobre el metaverso con la asistencia de Carme Artigas, Secretaria de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial del Gobierno de España

Junio

- Just Eat, patrocinador oficial de la UEFA, lanza la campaña "El Arte del Delivery" con Guti
- Just Eat refuerza su red de repartidores contratados en 9 nuevas ciudades españolas
- Just Eat patrocina League of Legends

Julio

- Just Eat se adhiere a la Carta de la Diversidad
- Just Eat participa en la película de Netflix, "Bird Box Barcelona"

Septiembre

- Just Eat y Dia refuerzan su alianza incluyendo la disponibilidad de cerca de 300 tiendas en 'cesta de la compra'

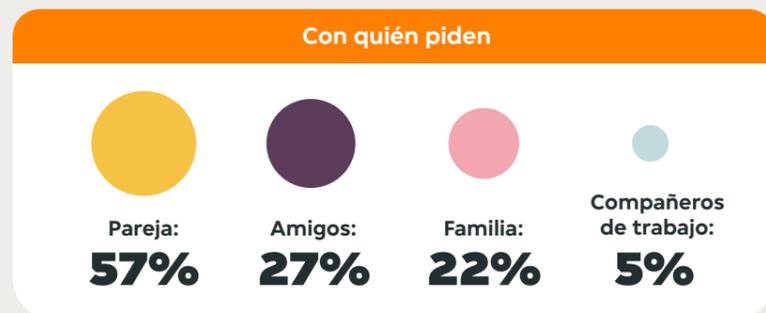
Octubre

- III Women JET Tech Talks sobre emprendimiento tecnológico femenino, las startups tecnológicas fundadas por mujeres y relacionadas con la Inteligencia Artificial



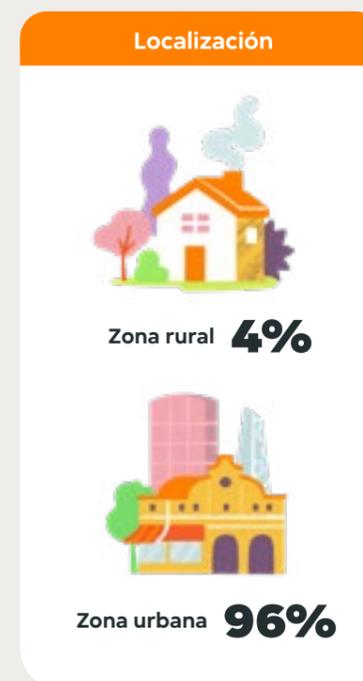
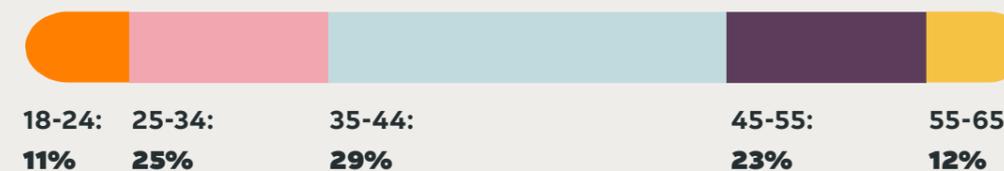
Los usuarios

Perfil sociodemográfico del usuario de comida a domicilio



Los usuarios

Edad



Entretenimiento y entrega de comida

El entretenimiento y la comida a domicilio están estrechamente conectados. Y es que el delivery ya forma parte del día a día de la sociedad actual y de muchos de los momentos dentro del consumo de ocio digital. A la hora de disfrutar del tiempo libre, las preferencias han cambiado notablemente en los últimos años gracias al auge de las redes sociales, las plataformas de streaming y el desarrollo de videoconsolas, ofreciendo un abanico cada vez más amplio de entretenimiento.

Con esta realidad, no resulta sorprendente que el 54% de los españoles afirme ser usuario de videojuegos, y que, de esos, un 47% aproveche mientras está jugando para pedir comida a domicilio.

Indudablemente, en los próximos años, la conexión entre el servicio de entrega a domicilio y la transmisión de contenido en las redes sociales continuará fortaleciéndose, obligando a las empresas a adaptarse y crecer en base a esta nueva realidad.





7 de cada 10

confiesan aprovechar los partidos de fútbol para pedir comida a domicilio.

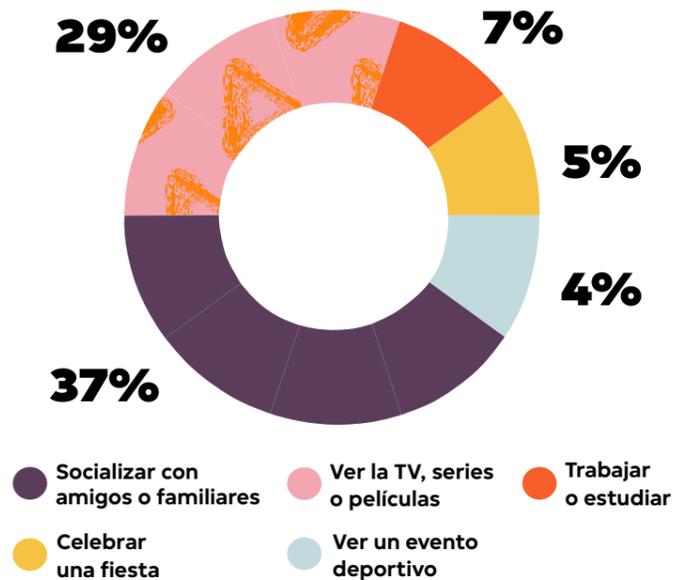
Sin embargo, y aunque los videojuegos y las retransmisiones ganan popularidad de manera exponencial, el fútbol continúa siendo el deporte rey, ya que un 56% se considera aficionado. De ellos, 7 de cada 10 confiesan aprovechar los partidos de fútbol para pedir comida a domicilio. En consecuencia, las marcas, cada vez más, intentan estar presentes en estas aficiones de los usuarios, tal y como refleja acuerdo entre Just Eat Takeaway.com como uno de los patrocinadores oficiales de la UEFA, mostrando su apoyo e interés a la UEFA Champions League masculina y femenina, la UEFA Europa League o la EURO femenina y masculina, entre otras competiciones de fútbol.

Los días más populares



1. Los fines de semana
2. Los festivos, en especial el puente de la Constitución
3. El día después de Reyes
4. Año Nuevo
5. Halloween

Cuándo piden



¿Pizza con piña?

Motivo de polémica:

Mientras que al 48% de los españoles le encanta saborear la piña en sus pizzas, un 52% afirma con rotundidad que jamás incluiría este ingrediente.



El plato campeón de la UEFA



La hamburguesa se convirtió en el plato más pedido durante La Liga de Campeones de la UEFA.

Un sabroso comienzo de año

El pedido más popular del día de Año Nuevo fue el arroz frito tres delicias.



¡La cebolla se impone!



Siete de cada diez españoles prefiere la tortilla de patatas con cebolla y a más de cinco de cada diez les gusta poco hecha.



Amor a primer bocado

San Valentín

En San Valentín, el rollito de primavera fue el entrante más pedido y no es casualidad.



Análisis de la comida a domicilio

El menú de este año

Nacional

Los tipos de cocina y platos más pedidos

Americana
Hamburguesa de ternera
Hamburguesa con queso
Hamburguesa de pollo

Italiana
Pizza barbacoa
Pizza carbonara
Pizza prosciutto

Oriental
Arroz tres delicias
Pollo con almendras
Pollo al limón

Japonesa
Yakisoba
Gyozas de carne
Niguri de salmón

Española
Ensaladilla rusa
Tortilla de patatas
Calamares

Los tipos de categorías y platos que ganan popularidad

Los tipos de categorías en tendencia
Cesta de la compra +272%
Centroamericana +71%
Tex-Mex +71%
Andaluza +62%
Griega +20%

Los platos en tendencia
Gyozas de carne
Poké de salmón noruego
Quesadilla de pollo
Yakisoba de pollo de corral
Niguri de salmón

Acompañantes más pedidos

Entrantes
Rollito de primavera
Patatas fritas
Edamame

Bebidas
Refrescos
Cerveza
Agua

Salsa
Salsa de queso
Salsa agridulce
Salsa barbacoa

Postres
Tarta de queso
Tiramisú
Tarta de manzana



El tiramisú es uno de los postres favoritos de los españoles

España

La comida en el delivery



Estas son las regiones donde se pide más comida española



Los calamares son un clásico de nuestra gastronomía

Sabores tradicionales a domicilio

La comida española cuenta con una gran popularidad tanto dentro del país como en el resto del mundo. Su fama se debe a una combinación de factores que hacen de nuestra gastronomía una de las más apreciadas. La amplia variedad, los ingredientes de gran calidad y su contribución a la salud como parte de la dieta mediterránea, la convierten en embajadora cultural del país por excelencia.

No es extraño entonces afirmar que la comida española se ha convertido en una auténtica delicia que se disfruta, no solo siendo preparada en casa, sino también pidiéndola a domicilio. De hecho, según datos de IPSOS para Just Eat, la comida tradicional española es la que más feliz nos hace. Y es que, la cocina patria es más demandada cuando nos encontramos lejos del hogar (33%) o cuando estamos solos (17%). Entre los platos más demandados a domicilio destacan desde la ensaladilla rusa, que nos hace recordar la cocina de siempre, hasta la clásica tortilla de patatas, que nos traslada a casa. Los calamares, las croquetas y el raxo con patatas cierran la lista.

Los platos más pedidos

- Ensaladilla rusa
- Tortilla de patatas
- Calamares
- Croquetas
- Raxo con patatas

Los platos en tendencia

- Tortilla de patatas
- Pestorejo con patatas
- Escalopines al cabrales
- Cachopo
- Salmorejo

Regiones en las que más se pide comida española

- Madrid
- Sevilla
- A Coruña
- Pontevedra
- Asturias

Los platos vegetarianos y veganos más pedidos

La demanda de platos más saludables, respetuosos con el medio ambiente y éticos se ha traducido en una creciente popularidad de las opciones veganas y vegetarianas. Un 26% de los españoles ha optado por una dieta vegana o vegetariana como parte de su compromiso con el medio ambiente. Y es que, cada vez son más los usuarios que buscan alternativas deliciosas que no solo satisfagan sus deseos culinarios, sino que también concuerden con sus valores y un estilo de vida más consciente y sostenible.

A su vez, la industria de la comida a domicilio se adapta para satisfacer las preferencias cambiantes de los consumidores, ofreciendo una forma atractiva de explorar y disfrutar de una dieta libre de ingredientes de origen animal.

Platos favoritos

Platos favoritos de la comida vegetariana

Yakisoba vegetal
Gyozas de kale
Crujiente de berenjena con miso
Hamburguesa vegetariana
Tempura de verduras

Platos favoritos de la comida vegana

Wrap con guacamole y queso vegano
Baklava vegano
Gyozas veganas
Hamburguesa gallega vegana
Pad thai

Mejor restaurante vegetariano de los Premios Just Eat

Vegania, en Madrid, ganador de la categoría Mejor restaurante vegetariano de los Premios Just Eat



Pad thai es uno de los platos más demandados en la cocina vegana a domicilio



Lo más pedido en la cesta de la compra y parafarmacia

El delivery de la restauración ha alcanzado un gran grado de madurez, formando parte de la vida diaria de los ciudadanos. Sin embargo, las oportunidades de crecimiento son todavía enormes. Por eso es fundamental diversificar la oferta hacia otras áreas para satisfacer las necesidades del consumidor actual, tal y como ha hecho Just Eat, añadiendo las verticales de 'cesta de la compra' en marzo de 2022 y, posteriormente, 'parafarmacia' en mayo de 2023, mediante un acuerdo con LUDA Partners.

Estas nuevas verticales han contribuido a satisfacer una petición creciente entre los usuarios. De hecho, un 67% de los consultados en el estudio de IPSOS para Just Eat reconocen recurrir al servicio de cesta de la compra online al menos una vez al mes para llenar la despensa.

Productos más populares en alimentación

Chocolate
Cerveza
Leche
Plátanos
Pan

Productos más populares en parafarmacia

Test COVID
Vaselina
Talco
Cepillo de dientes
Protector solar





Nacional

Los favoritos de cada región

Desde Álava a Zaragoza

España conforma en sí misma un viaje gastronómico a través de las distintas provincias y comunidades autónomas. Cada rincón del país ofrece una riqueza culinaria única, reflejo de su historia, geografía y tradiciones. Desde los sabores intensos de Álava hasta los platos reconfortantes de Zaragoza, en España le hemos cogido el gusto a pedir platos tradicionales a domicilio.

	Los tipos de cocina y platos más pedidos			Los tipos de cocina y platos en tendencia		
	Tipo de cocina	Plato	Plato comida española	Tipo de cocina	Plato	Plato comida española
Álava	Oriental	Arroz frito tres delicias	Croquetas de jamón	Italiana	Pasta carbonara	Croquetas de jamón
Albacete	Oriental	Pollo al limón	Croquetas de boletus	Colombiana	Sushi variado	Natillas
Alicante	Italiana	Hamburguesa de ternera	Ensaladilla rusa	Fusión	Miso ramen	Albóndigas
Almería	Italiana	Arroz frito tres delicias	Ración de churros	Española	Noodles	Ración de churros
Asturias	Americana	Hamburguesa de ternera	Escalopines al cabrales	Casera	Alitas de pollo	Lacón con cachelos
Ávila	Oriental	Arroz tres delicias	Tortilla de patata	Mexicana	Cerdo agridulce	Ensaladilla rusa
Badajoz	Italiana	Hamburguesa de queso	Pestorejo con patatas	Japonesa	Patatas con carne	Bacalao a la nata
Barcelona	Japonesa	Pollo con almendras	Patatas bravas	Servicio de la compra	Burrito	Huevos rotos con jamón
Burgos	Oriental	Arroz tres delicias	Patatas bravas	Americana	Quesadilla	Croquetas de jamón
Cantabria	Americana	Poké al gusto	Tortilla de patata	India	Hamburguesa de queso de cabra	Pimientos de padrón
Castellón	Italiana	Pollo al limón	Tortilla de chorizo	Mexicana	Poké	Fideua
Ceuta	Americana	Hamburguesa de ternera	N/A	Americana	Shawarma	Croquetas de jamón
Ciudad Real	Oriental	Arroz tres delicias	Bocadillo de calamares	Mexicana	Costillar	Bocadillo de calamares

	Los tipos de cocina y platos más pedidos			Los tipos de cocina y platos en tendencia		
	Tipo de cocina	Plato	Plato comida española	Tipo de cocina	Plato	Plato comida española
Cuenca	Italiana	Poké al gusto	Croquetas de rabo de toro	Americana	Wrap	Croquetas de rabo de toro
Cáceres	Oriental	Pollo asado	Gazpacho	Japonesa	Gyozas	Gazpacho
Cádiz	Italiana	Menú del día	Chocos	Japonesa	Salchipapas	Chocos
Córdoba	Oriental	Hamburguesa de ternera	Salmorejo	Hawaiana	Pan de gambas	San jacobó
Girona	Japonesa	Pizza carbonara	Calamares	Casera	Alitas de pollo	Rabas a la romana
Granada	Italiana	Menú del día	Pollo asado	Argentina	Gyozas	Secreto de cerdo
Guadalajara	Oriental	Arroz tres delicias	Patatas bravas	Japonesa	Tequeños	Croquetas
Guipúzcoa	Italiana	Arroz tres delicias	Patatas bravas	India	Gofre	Tortilla de patatas
Huelva	Italiana	Noodles	Presa ibérica	Japonesa	Pollo asado	Tortilla de patatas y alioli
Huesca	Turca	Arroz tres delicias	Croquetas caseras	Italiana	Pita kebab	Croquetas de cabrales
Islas Baleares	Italiana	Pollo con almendras	Patatas bravas	Argentina	Gyozas	Escalope de pollo
Jaén	Italiana	Panini	Croquetas caseras	Italiana	Wrap	Tortilla de patatas
A Coruña	Italiana	Hamburguesa con queso	Raxo con patatas	Servicio de la compra	Solomillo agridulce con piña	Tortilla de patatas
La Rioja	Oriental	Arroz tres delicias	Bocata de lomo con pimientos	Italiana	Kebab	Croquetas de pollo
Las Palmas	Oriental	Pollo con salsa de ajo	Croquetas caseras	Heladería	Bocadillo de tortilla	Merluza a la plancha
León	Turca	Dürüm	Croquetas de cecina	Española	Aros de cebolla	Croquetas
Lleida	Oriental	Poké al gusto	Patatas bravas	Hawaiana	Salchipapa	Patatas bravas
Lugo	Española	Arroz tres delicias	Raxo con patatas	Americana	Milanesa de pollo	Raxo al roquefort
Madrid	Oriental	Pollo al limón	Tortilla de patata	Servicio de la compra	Hamburguesa de kimchi	Alcachofas rellenas
Melilla	Italiana	Pizza marinera	Patatas bravas	Italiana	Kebab	Filete de pollo empanado con patatas

	Los tipos de cocina y platos más pedidos			Los tipos de cocina y platos en tendencia		
	Tipo de cocina	Plato	Plato comida española	Tipo de cocina	Plato	Plato comida española
Murcia	Italiana	Pollo con almendras	Ensaladilla rusa	Heladería	Gyozas	Huevos rellenos
Málaga	Italiana	Pizza prosciutto	Ensaladilla rusa	Servicio de la compra	Campero	Croquetas caseras
Navarra	Oriental	Pollo con almendras	Carrilleras de ternera	Española	Patatas con carne	Ternera guisada
Ourense	Americana	Arroz tres delicias	Cachopo de ternera gallega	Fusión	Tequeños	Tortilla de patatas
Palencia	Oriental	Arroz tres delicias	Huevos rotos	India	Alitas de pollo	Huevos rotos
Pontevedra	Oriental	Tortilla	Tortilla tradicional	Servicio de la compra	Menú del día	Raxo con patatas
S. C. de Tenerife	Italiana	Wok	Mojo picón	Hawaiana	Pollo tikka masala	Mojo picón
Salamanca	Oriental	Arroz tres delicias	Croquetas de jamón ibérico	Hawaiana	Burrito	Croquetas
Segovia	Oriental	Arroz tres delicias	Cachopo de ternera	India	Aros de cebolla	Huevos estrellados
Sevilla	Italiana	Serranito de pollo	Serranito de pollo	Hawaiana	Tequeños	Serranito de pollo
Soria	Oriental	Arroz tres delicias	Patatas bravas	Española	Pollo con piña	Rabas de calamares
Tarragona	Japonesa	Arroz tres delicias	Patatas bravas	Española	Gyozas	Cochinillo
Teruel	Turca	Kebab	N/A	Italiana	Pedrata	N/A
Toledo	Oriental	Arroz tres delicias	Oreja a la plancha	Japonesa	Ternera con salsa de ostras	Oreja a la plancha
Valencia	Oriental	Arroz tres delicias	Paella valenciana	Servicio de la compra	Tarta de almendra	Paella valenciana
Valladolid	Americana	Hamburguesa de ternera	Tortilla de patata	Hawaiana	Cachopo	Patatas pucelanas
Vizcaya	Oriental	Arroz tres delicias	Patatas bravas	Griega	Croquetas de jamón	Pimientos verdes
Zamora	Oriental	Arroz tres delicias	Carrillera	Japonesa	Bun bao	Carrillera
Zaragoza	Oriental	Pollo con almendras	Patatas bravas	Tailandesa	Tequeños	Puntillas

Algunas curiosidades sobre las regiones españolas

¿Qué tres provincias tienen el podio de porcentaje en pedidos?



Análisis de la comida a domicilio



No todos los españoles pedimos igual, de hecho, existen algunos datos sorprendentes relacionados con el consumo de delivery en las distintas comunidades y provincias españolas. En Navarra, durante los fines de semana, la demanda de comida a domicilio lidera el ranking; en Guipúzcoa, la planificación es clave, ya que es común programar o realizar pedidos anticipados.

Mientras que en Huesca, las bebidas son las estrellas de los pedidos, y muchos optan por acudir al restaurante para recoger su pedido. Por otro lado, Ávila es la provincia donde predominan los pedidos para dos personas y en las bulliciosas ciudades como Madrid, Barcelona o Valencia, los pedidos en la madrugada son bastante habituales.

Durante el fin de semana

Navarra
Badajoz
Guipúzcoa

Programados

Guipúzcoa
Córdoba
Jaén

De bebidas

Huesca
Melilla
Navarra

Para recoger

Huesca
Melilla
Ourense

Para dos personas

Ávila
Teruel
Ciudad Real

De madrugada

Madrid
Barcelona
Valencia

Las nuevas tendencias

El mercado de comida a domicilio verá cinco grandes tendencias que marcarán el consumo a nivel mundial y también en España en los próximos años.

Lo que dice el Chef Bosquet, experto en gastronomía

La comida nos ayuda en muchos aspectos de la vida: a estar más activo o descansar mejor, pero sobre todo, nos hace felices y a través de los sabores podemos viajar por nuestros recuerdos. De hecho, a mí la paella es un plato que me transporta a cualquier domingo en casa de mis padres.

Las nuevas tendencias

Tendencia 1

Paladar emocional

Nos encontramos en una sociedad que, actualmente, ha pasado de entender la salud desde una perspectiva meramente física, a abordarla desde un punto de vista holístico, donde el bienestar emocional es una pieza fundamental. La influencia de las emociones en los hábitos alimenticios es innegable, de hecho, según los datos de IPSOS para Just Eat, casi la totalidad (91%) de los españoles creen que lo que comen puede cambiar su estado de ánimo.

La vergüenza y el sentimiento de culpa en torno a la comida se están dejando de lado, y palabras como “hacer trampas” y “arrepentirse” están disminuyendo su peso en las conversaciones gastronómicas. En su lugar, los consumidores encuentran la alegría en los pequeños tentempiés entre horas y en las comidas más succulentas: un significativo 88% de los españoles afirma haber pedido algún capricho para mimarse o para disfrutar de un momento de relajación después del trabajo (57%) lo que refleja que la comida es una forma habitual de autocuidado.

“Los recuerdos felices relacionados con los platos también tienen un impacto en las elecciones gastronómicas”

Los recuerdos felices relacionados con los platos también tienen un impacto en las elecciones gastronómicas, como asegura el 69% de los españoles. La paella, la tortilla de patatas y las



croquetas son los platos que más se asocian a estos recuerdos y, por lo tanto, al bienestar emocional. Curiosamente, los platos de cuchara y los postres son los que mayor relajación provocan y la pizza es la elección preferida para mejorar el humor. Por otro lado, son el chocolate (43%) y el helado (20%) los elegidos como alimentos más reconfortantes.

El cambio en el pensamiento social hacia una búsqueda del bienestar en todos los aspectos vitales hace que las personas se acerquen a la comida de un modo más flexible e indulgente, con el simple pretexto de disfrutar y mimarse. Por eso no es raro que el 7 de cada 10 españoles afirmen, por ejemplo, haber desayunado pizza en alguna ocasión.



Las Murallas Villa, en Collado Villalba
Ganador en la categoría Mejor restaurante español de los Premios Just Eat

Tendencia 2

Sostenibilidad culinaria

Los datos revelan una evolución de la tendencia hacia la sostenibilidad en la industria alimentaria en respuesta a la creciente conciencia sostenible de los consumidores, poniendo el foco en la importancia de reducir el impacto ambiental en el día a día. Esto plantea desafíos y oportunidades para el sector de la alimentación y la distribución que deben estar alineados con los valores de los clientes y marcar la diferencia en términos de sostenibilidad.

El hecho de que 9 de cada 10 consumidores prefieran pedir comida en recipientes reutilizables es un indicador claro de que existe una demanda real en este sentido. Sin embargo, solo el 58% estaría dispuesto a pagar extra, por lo que los restaurantes y empresas delivery tienen el reto de encontrar una solución que haga que las opciones sostenibles sean accesibles económicamente para un público más amplio. Además, el alto porcentaje (71%) de personas que reutilizan los envases de delivery subraya la importancia de optar por envases sostenibles y fáciles de reciclar o reutilizar por parte de los consumidores. Los restaurantes pueden marcar la diferencia al ofrecer envases más sostenibles y alentar a los clientes a participar en prácticas de compromiso con el medioambiente. Just Eat Takeaway.com colabora con Notpla como parte de la iniciativa más ambiciosa para encontrar alternativas a los envases de plástico para los socios conectados. De esta manera, los restaurantes pueden comprar envases recubiertos de algas marinas completamente reciclables.

9 de cada 10

“consumidores prefieren pedir comida en recipientes reutilizables”



57%

“de los usuarios aprovechan sobras de comida para cocinar nuevos platos”

La tendencia hacia el aprovechamiento y que los consumidores reutilicen las sobras de la comida para cocinar en casa (57%) es un reflejo de cómo están buscando minimizar el desperdicio de alimentos y maximizar el valor de sus pedidos. Además, otra forma accesible y sencilla de ser sostenible es el consumo de productos de temporada, 8 de cada 10 españoles prefiere consumir platos elaborados con ingredientes estacionales.

Ofreciendo opciones de comida sostenible, envases reutilizables y educando a los usuarios mostrando la importancia de reducir el desperdicio de alimentos y envases, los restaurantes no solo alinearán sus valores con los de los consumidores, sino que también les permitirá contribuir de manera significativa al cuidado del medioambiente.

Lo que dice el Chef Bosquet, experto en gastronomía

Aprovechar al máximo los ingredientes y darle una segunda vida a los envases no solo reduce el desperdicio, también promueve la sostenibilidad dentro de la gastronomía, dejando un mundo mejor para las futuras generaciones. Con mi vocación de ayudar, tengo muy presente el compromiso de ofrecer a mis comensales una experiencia sabrosa y responsable con el medio ambiente.

 JUST EAT
awards

Qi Food Restaurant Healthy, en Elche

Ganador en la categoría Restaurante más sostenible de los Premios Just Eat





Tendencia 3

Fusionando sabores

La popularidad de la cocina fusión en la actualidad es un reflejo de la multiculturalidad de nuestras sociedades y la evolución de la gastronomía. Es el ejemplo perfecto de que la comida sigue siendo una forma emocionante de conectar con diferentes culturas y tradiciones. Esta tendencia ha redefinido nuestra percepción de la autenticidad culinaria y abre un mundo de posibilidades creativas para chefs y amantes de la comida.

La cocina fusión no se limita a la combinación de platos populares de diferentes tipos de cocina. Los chefs crean auténticas obras culinarias que reflejan identidades culturales únicas y llenas de sabor, utilizando técnicas e ingredientes de diferentes cocinas tradicionales para dar vida a géneros culinarios propios emocionantes.

Aunque la autenticidad sigue siendo una característica importante, la nueva generación de amantes de la comida valora los sabores inesperados. Al 84% de los españoles les apasiona descubrir nuevas experiencias gastronómicas; de hecho, un 10% ya tiene preferencia por los restaurantes de cocina fusión y un 54% elige establecimientos en los que ofrezcan una carta variada para poder elegir entre diferentes tipos de cocina.

En cuanto a las preferencias gastronómicas, la cocina italiana sigue siendo un año más la más demandada. Sin embargo, la cocina fusión gana popularidad entre los consumidores, ya que un 43% la ha probado en alguna ocasión. Por su parte, la española-asiática o la italiana-americana son las combinaciones más demandadas.

“Aunque la autenticidad sigue siendo una característica importante, la nueva generación de amantes de la comida valora los sabores inesperados”

Lo que dice el Chef Bosquet, experto en gastronomía

Me apasiona explorar las tradiciones culinarias de diferentes culturas y fusionarlas de manera creativa para ofrecer a los comensales experiencias únicas. Como chef, quiero despertar los paladares y abrir mentes a través del descubrimiento de sabores que enriquecen la experiencia gastronómica, como los Konjac Pesto de Naked & Sated.



Bao Bun Street, en Santa Cruz de Tenerife
Ganador en la categoría Restaurante más innovador de los Premios Just Eat

Tendencia 4

Despensa en un clic

La comodidad y la falta de tiempo son factores determinantes en la forma en la que los ciudadanos gestionan sus compras en el servicio de delivery en la actualidad. Las dinámicas familiares han evolucionado, lo que a menudo dificulta la tradicional tarea de planificar las comidas. Por lo tanto, no es sorprendente que se recurra cada vez más a realizar la compra online, ya que esto permite elegir entre una amplia selección de marcas y disfrutar de la conveniencia de que los productos lleguen directamente a casa. Las razones principales detrás de esta preferencia por llenar la despensa online son la comodidad (35%) y la falta de tiempo (36%), subrayando la importancia que adquiere la simplificación de estas rutinas para adaptarla a la ajetreada vida de las personas.

Una opción que, año a año, va ganando popularidad, como demuestran los datos de IPSOS para Just Eat, que reflejan que 3 de cada 10 españoles afirma hacer la compra online a través de aplicaciones y sitios web. Además, la mitad de los encuestados también utiliza estas plataformas de compra a domicilio para pedir artículos fuera del sector de la alimentación, lo que demuestra que estas aplicaciones se han convertido en una opción muy acertada para satisfacer múltiples necesidades de compra.

En cuanto a los productos más solicitados, los artículos para el hogar, las bebidas y los productos de higiene ocupan las primeras posiciones. Además, el crecimiento del 272% en los pedidos de productos de cesta de la compra y parafarmacia en la app de Just Eat es un reflejo de cómo estas plataformas están diversificando su oferta y atendiendo a una demanda creciente de compras en alimentación en línea. El 34% de los usuarios de Just Eat aprovecha la tarde, de 17:00 a 20:00, para hacer sus compras, lo que puede reflejar la comodidad de hacer pedidos después de un día de trabajo. Estos datos muestran claramente cómo las compras online se han convertido en una solución popular para las personas ocupadas en la actualidad.



Lo que dice el Chef Bosquet, experto en gastronomía

La compra a domicilio es una herramienta valiosa tanto en el proceso de organización de los menús como si hemos olvidado un ingrediente concreto, porque nos brinda la comodidad de seleccionar los alimentos variados que necesitamos sin salir de casa. Esto no solo ahorra tiempo, también nos ayuda a mantener un enfoque consciente en la elección de ingredientes y así crear menús equilibrados y nutritivos.

**Lo que dice el
Chef Bosquet, experto
en gastronomía**

Cuando decidí crear recetas saludables y sabrosas en redes sociales para aportar otras opciones, nunca imaginé que podría llegar a tanta gente e inspirarlos para probar platos y sabores nuevos. Gracias a Instagram y TikTok he podido acercar mi vocación y pasión más allá de nuestras fronteras.



Tendencia 5

Gastronomía viral

Los creadores de contenido se están convirtiendo en la nueva fuente del descubrimiento e inspiración gastronómica, prueba de sabores e innovación culinaria amateur, compitiendo con las autoridades gastronómicas tradicionales. La revolución culinaria impulsada por los influencers y las redes sociales es un fenómeno en la realidad digitalizada. Estos perfiles cambian la forma en que los consumidores descubren, experimentan e incluso se inspiran en la gastronomía.

Plataformas como Instagram y TikTok desempeñan un papel fundamental en esta tendencia. Y es que el 48% de los usuarios de Just Eat utilizan Instagram y el 30% TikTok, lo que refleja que ahora las tendencias además de ser virales también se saborean.

Descubrir restaurantes a través de las redes sociales es cada vez más común. Un 63% de los consumidores, según datos recogidos por IPSOS para Just Eat, ha probado un restaurante que descubrieron gracias a las redes sociales. Además, el 55% de las personas encuentran inspiración para sus elecciones alimentarias a través de estos canales digitales.

“La revolución culinaria impulsada por los influencers y las redes sociales es un fenómeno”

El 83% de los consumidores suele cumplir las expectativas marcadas por las recomendaciones que encuentran en redes sociales, lo que demuestra que los influencers están ganando credibilidad y reconocimiento también en el mundo culinario.

Esta tendencia está cambiando la forma en que exploramos y disfrutamos de la comida, el 42% de los españoles sigue perfiles foodies en redes, y el 72% lo hace para probar nuevas recetas. Los platos más trendy son el bizcocho a la taza y la pasta feta y demuestran cómo las tendencias culinarias pueden surgir y expandirse rápidamente a través de las redes sociales, que son fuente de inspiración gastronómica y de aprendizaje.



Eh Voilà!, en Valladolid

Ganador en la categoría Mejor Restaurante en redes sociales de los Premios Just Eat



Fuentes

Los ingredientes de este estudio

Este estudio se ha realizado utilizando estadísticas y datos internos recogidos del periodo del 1 septiembre de 2022 al 1 septiembre de 2023. Además, se ha realizado una encuesta por IPSOS Digital a una muestra de 800 personas, hombres y mujeres de 18 a 77 años, representativa del conjunto del estado español. Las tendencias se han detectado a través de WGSN, empresa global de previsión de tendencias.

Contacto



Si tienes alguna pregunta o algún comentario, no dudes en ponerte en contacto con nosotros.

Just Eat

Laura Spínola, Senior Brand PR Manager

laura.spinola@justeattakeaway.com

