

**JUST EAT**

# GASTRÓ METRO

Estudio anual sobre  
comida a domicilio 2016

## ¿Qué hay en el menú?

|   |    |
|---|----|
| Los usuarios  | 18 |
| Un aperitivo  | 3  |
| El restaurante más grande del mundo                                 | 6  |
| Las tendencias al pedir   | 10 |
| Comida gourmet  |    |
| Comida sana   |    |
| Desayuno  |    |
| Sustituto del tupper  |    |
| Nuestros socios, los restaurantes                                   | 13 |
| ¿Cómo son?  |    |
| Los momentos para pedir:  |    |
| Fútbol  |    |
| Series y cine   |    |
| Reuniones con amigos  |    |
| En pareja   |    |
| El móvil y la comida a domicilio                                    | 30 |
| Curiosidades  | 32 |
| La opinión de Jesús Rebollo,<br>Director General de Just Eat España | 34 |





## “ Un aperitivo ”

A Just Eat le complace presentar la V Edición del “Estudio anual sobre comida a domicilio”, que ofrece información detallada sobre todo lo referente al ámbito de la comida a domicilio en España.

Este estudio ha sido elaborado utilizando estadísticas internas y datos relativos a una encuesta realizada entre más de 4000 usuarios, en la que el 97% reconoce haber pedido comida a domicilio online al menos una vez.

Además de la información concerniente a este sector, este informe recoge todo lo referente

a los momentos en los que se ha detectado que los usuarios piden más y con más asiduidad, así como todo sobre la vinculación que existe entre el Smartphone y la comida a domicilio.

Debido a la rápida evolución de este sector del mercado, también se dedicará un apartado especial para informar sobre de las nuevas tendencias gastronómicas que la comida para llevar está experimentando en los últimos años.

Por último, este informe quiere hacer especial hincapié en conocer la opinión de uno de los principales actores de este sector: **el restaurante.**

“ Bienvenido al restaurante más grande del mundo ”



- 15 millones de usuarios activos
- 64.000 restaurantes asociados

Just Eat está presente en 12 países

Creada en 2001, **Just Eat** es una plataforma online (web y app) que pone en contacto a los amantes de la comida con los restaurantes que quieren expandir su oferta gastronómica más allá de las puertas de su local. Esta compañía, con sede principal en Gran Bretaña y presencia en 12 países, tiene como primordial propósito hacer que todos sus usuarios amen la experiencia de pedir desde cualquier lugar.



## En España el tipo de comida que más ha crecido durante el último año ha sido la comida japonesa.

Just Eat se encuentra en toda España ofreciendo una gran variedad de restaurantes con tipos de comida diferentes. Uno de los que más ha crecido durante el último año en todo el territorio español, ha sido la comida japonesa. Si dividimos el país en tres franjas horizontales, encontraremos que lo más pedido en el norte es la comida española y casera; en la parte más central, se han preferido los pedidos de comida japonesa y en la zona sur, lo más demandado ha sido la comida italiana.



- Más de 6.000 restaurantes adheridos
- Más de 2.000 restaurantes con ofertas de mínimo el 20% de descuento
- Más de 60 tipos de comida diferentes:  
americana, argentina, brasileña, caribeña, china, española, francesa, griega, india, italiana, japonesa, kurda, medio oriental, mexicana, oriental, pakistaní, peruana, ecuatoriana y turca, entre otras.

# “ Las tendencias al pedir ”

La comida que más triunfa es la asiática

## Comida gourmet

Hasta hace unos años, el concepto de “comida a domicilio” estaba estrechamente asociado a la comida rápida, pero el mercado ya está evolucionando hacia nuevos horizontes: la sofisticación de la tecnología y el reparto ha provocado que haya un mayor espectro sobre lo que el usuario pueda llegar a pedir. El porcentaje de crecimiento de los pedidos de tipos de comida menos tradicionales, como la gourmet o casera, ha crecido respecto al año anterior.



## Comida sana

Una de las tendencias que más ha crecido el último año es la de pedir comida saludable. Cada vez son más restaurantes los que se unen a Just Eat para repartir este tipo de comida. Es una realidad que los restaurantes de comida vegetariana y vegana se han multiplicado a lo largo del territorio español, pues exactamente lo mismo ha ocurrido con sus pedidos a domicilio. Durante el último año, el porcentaje de pedidos de comida vegetariana y vegana se ha incrementado.



## Sustituto del tupper

Otro de los momentos predilectos para pedir es durante la jornada laboral. Ya son muchos los asiduos a solicitar comida a domicilio desde su oficina, algo que es rápido, cómodo y sencillo para los que no tienen demasiado tiempo para invertir en este momento del día. Durante el último año, se ha experimentado un sustancial incremento de este tipo de pedidos. En este caso, la comida que más triunfa en la oficina es la china.



## Desayuno

Uno de los momentos que se está haciendo más popular a la hora de pedir es la mañana. En la que cada vez se opta más por el desayuno a domicilio.



## “ Nuestros socios, los restaurantes ”

Actualmente Just Eat cuenta con más de 6.000 restaurantes asociados a su plataforma, que sirve como escaparate para miles de usuarios que quieren pedir comida a sus restaurantes preferidos.

La tipología del restaurante que trabaja con Just Eat no se ciñe simplemente a aquellos negocios que llevan tiempo en el mundo de la comida a domicilio, sino que abre las puertas a cualquier restaurante que quiera empezar a trabajar llevando su producto a cualquier lugar.

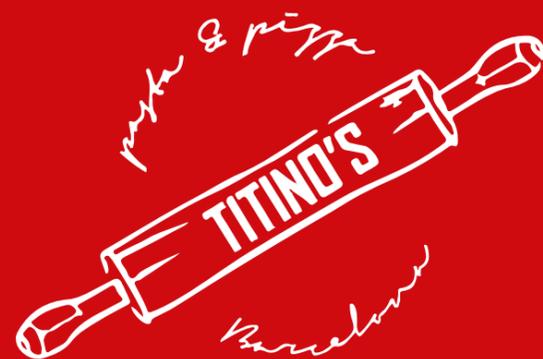
Es inevitable que la comida rápida se asocie a comida domicilio por los antecedentes del sector, pero la realidad es que la selección de restaurantes de Just Eat va más allá de cualquier patrón. Si bien lo más pedido es la comida japonesa, cada vez son más restaurantes de tipologías muy dispares los que se unen a Just Eat: de comida americana, tailandesa, gourmet, veganos, especializados en comida sin gluten, japoneses, tex-mex...

La oferta de Just Eat no es más que un reflejo de la oferta de la restauración española

### QUÉ APORTA JUST EAT A SUS RESTAURANTES

- Un nuevo canal de negocio en el que pueden llegar a incrementar su facturación un 25%
- Presencia en una plataforma con un desarrollo tecnológico en constante evolución
- La posibilidad de llegar a miles de usuarios que entran día a día en la plataforma con el fin de comprar su producto
- Una herramienta de marketing en la que poder promocionar su marca y su productos.

## Entrevistamos a nuestros restaurantes



Titino's es un restaurante ubicado en la ciudad de Barcelona, especializado en comida italiana. Llevado por una familia completamente dedicada a la restauración, cuyo principal objetivo es preparar lo mejor tanto, a los comensales que visitan el restaurante, como a sus comensales del entorno digital. Jorge, uno de los encargados de este gran proyecto, nos habla de lo que ha supuesto para él la revolución de la comida a domicilio.



¿Crees que tus clientes están cada vez más abiertos a probar nuevos platos que antes no se solían pedir a domicilio?

Sí; creo que la demanda del cliente que pide a domicilio cada vez es mayor. Se trata de un mercado que en los últimos años ha ido creciendo muy rápido, por esa razón desde Titino's nos tomamos muy en serio la responsabilidad de "sorprender" al cliente con nuevas ofertas gastronómicas. No todos los platos que tenemos en el restaurante son aptos para el servicio a domicilio, por lo que hacemos distintas pruebas para lanzar nuevos y asegurarnos de que el tiempo de transporte afecte lo menos posible a la calidad.

¿Cuál sería para ti el menú a domicilio ideal?

Depende de cada momento. Cuando a uno le apetece comer rápido y simple el menú ideal sería una pizza integral de siete semillas combinada con una receta vegana. Cuando se tiene más tiempo y apetece algo más elaborado, el menú ideal sería una ensalada Titino's, una pizza con masa negra combinada con tomate fresco y langostinos, acompañado de una refrescante y original cerveza de trigo artesana.

¿Cuáles crees que son las tendencias gastro actuales más demandadas?

Mi percepción es que la comida asiática es la más demandada, seguida de hamburguesas gourmet y pizzas artesanas.

¿Crees que el consumidor actual de domicilio es cada vez más exigente?

Rotundamente isí! Es algo que nos favorece. Intentamos diferenciarnos en un mercado cada vez con más competencia con una elaboración totalmente artesanal y siempre intentamos innovar en la medida de lo posible, en nuestro caso la pizza de masa negra.

¿Qué ventajas o beneficios te proporciona Just Eat en tu día a día?

Just Eat nos proporciona la posibilidad de arrancar en el mundo del servicio a domicilio a través de su plataforma que, según mi opinión, está muy bien diseñada y es una gran herramienta de publicidad y marketing. Lo que más nos gusta es que tenemos muy buena relación con nuestra asesora de cuentas y eso hace que cada día mejoremos nuestra oferta culinaria.



## Los 15 restaurantes mejor valorados por tipo de comida

|   |                               |           |                    |
|---|-------------------------------|-----------|--------------------|
|    | Pizzería 2 Amigos             | Madrid    | Cocina Italiana    |
|    | Dealba Comida Gourmet         | Salamanca | Cocina Española    |
|    | Kebab Novelda                 | Alicante  | Cocina Turca       |
|    | Ruixian Sushi                 | Barcelona | Cocina Japonesa    |
|    | María Canela                  | Madrid    | Cocina Americana   |
|    | Chino & Tailandés             | Salamanca | Cocina China       |
|  | Gandhi Restaurante Hindú      | Barcelona | Cocina India       |
|  | TexMex & Co                   | Barcelona | Cocina Mexicana    |
|  | Restaurante Libanés           | Barcelona | Cocina Libanesa    |
|  | Little Thai                   | Valencia  | Cocina Tailandesa  |
|  | Al Natural Cocina Vegetariana | Madrid    | Cocina Vegetariana |
|  | Dolce Pizza y Los Veganos     | Barcelona | Comida Vegana      |
|  | Baguettería Pablo's           | Palencia  | Cocina Francesa    |
|  | Parri-Brasa                   | Madrid    | Cocina Argentina   |
|  | Del Chef                      | Granada   | Cocina Casera      |



# “ Los Usuarios ”

## ¿CÓMO SON?

A grandes rasgos el usuario de comida a domicilio se presenta como una persona joven, cosmopolita, de poder adquisitivo medio y que vive en familia o en pareja.

## EDAD



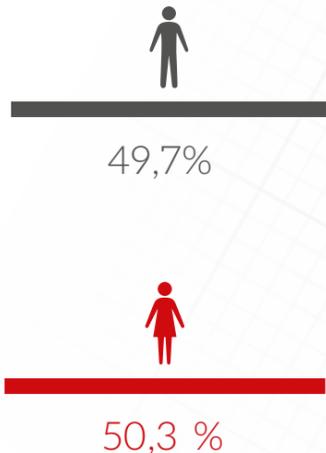
- Menos de 25 años (17%)
- Entre 25 y 34 años (32%)
- Entre 35 y 44 años (26%)
- Entre 45 y 54 años (21%)
- 55 o más (4%)

## SITUACIÓN LABORAL

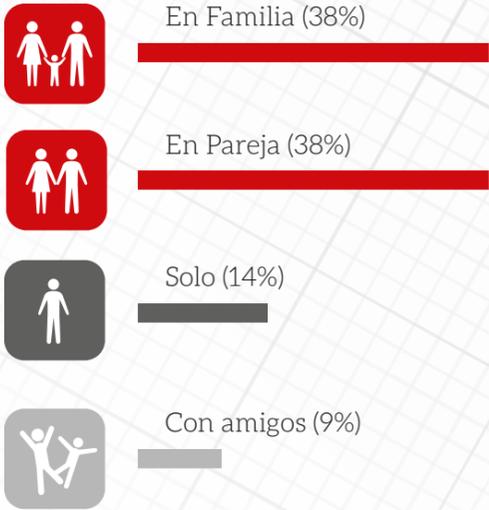


- Trabajador (38%)
- Estudiante (35%)
- Desempleado (18%)
- Otro (9%)

## SEXO



## VIVE

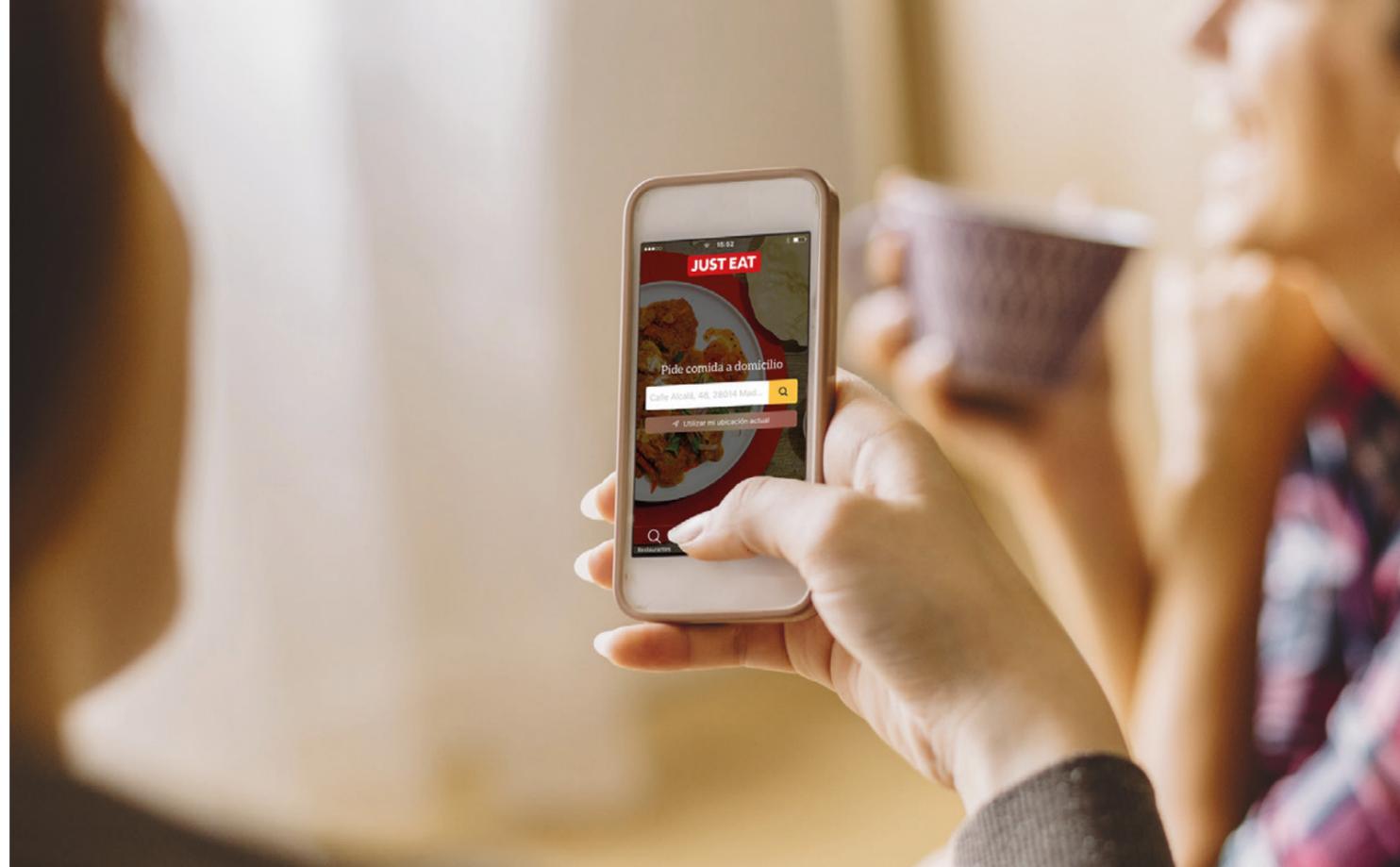


## PIDE

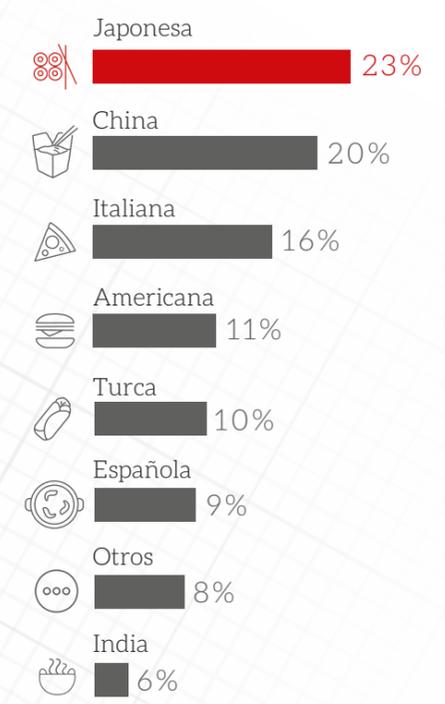


## PIDE DESDE

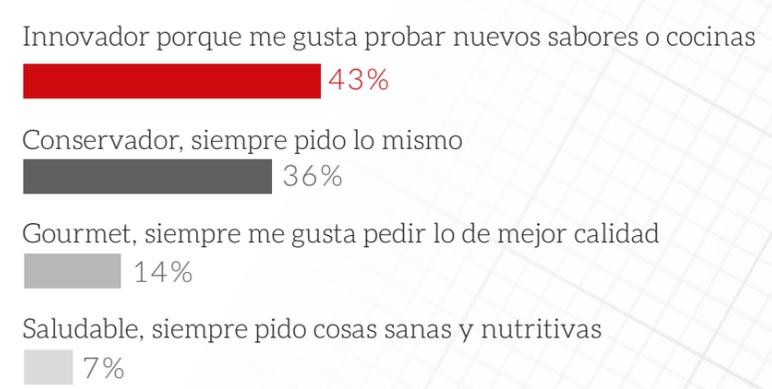




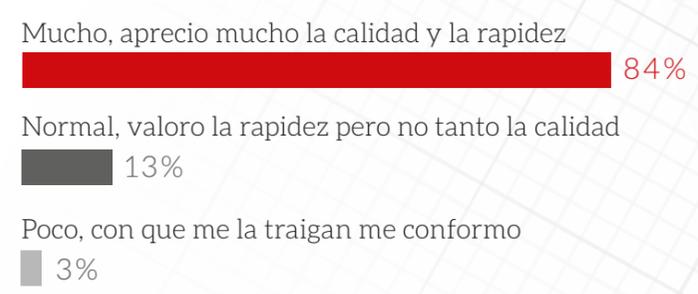
## TIPO DE COMIDA



### Cuando pides comida, ¿cómo te consideras?

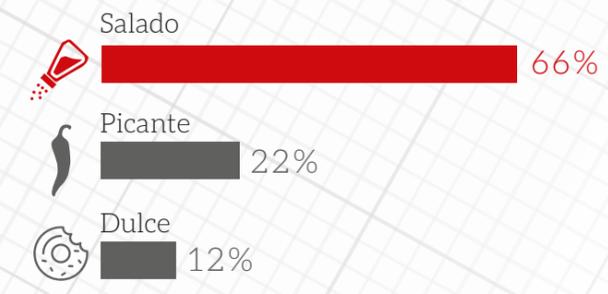


### ¿Cómo eres de exigente con el servicio de comida a domicilio?



La calidad de la comida y la rapidez son los aspectos más apreciados por los usuarios de Just Eat. En lo relativo al gusto, se declaran innovadores (43%), ya que les gusta probar sabores y platos nuevos en cada pedido.

### ¿Qué te gusta más?



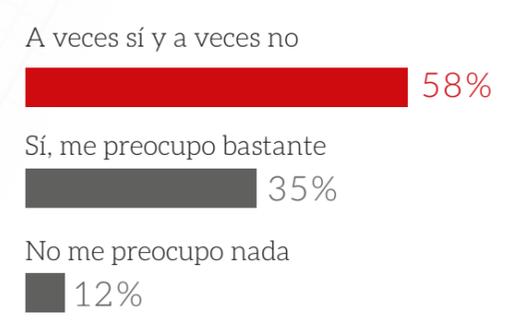
### ¿Practicas deporte frecuentemente?



El sabor favorito es el salado, seguido del picante y por último el dulce.

Respecto a hábitos saludables, el 58% afirma que suele cuidar su alimentación casi siempre y el 28% practica deporte 2-3 veces por semana.

### ¿Cuidas tu alimentación?





Preguntamos a nuestros usuarios,

## ¿En qué ocasiones sueles disfrutar del partido en casa pidiendo comida?

Valóralo de 1 al 10, siendo 10 lo que más valoras

Si el partido es en abierto



Si el partido es una final o semifinal



Si juega mi equipo



Si juega un equipo español



Dado que el fútbol es un momento claramente asociado a pedir comida, Just Eat se quiso sumar a la pasada Eurocopa haciendo una campaña especialmente para este evento. Su principal propósito era apelar al poder de decisión del anfitrión, que tendrá, durante la Eurocopa, la posibilidad de elegir el menú para acompañar a los partidos.

El objetivo de la campaña es reforzar la idea de que, gracias a Just Eat, ser un buen anfitrión es más fácil que nunca "porque no tienes que preparar la comida, ¡solo pedirla!"

Además, una de las principales acciones efectuada era entregar un kit del "Perfecto anfitrión" a los usuarios que pedían durante los partidos. Este incluía unos salvamanteles, unos posavasos, una pin-ta-bandera y una pelota anti estrés.

Más información sobre la campaña en: [www.soyanfitrión.com](http://www.soyanfitrión.com).

# Fútbol

Uno de los momentos por excelencia en el que se opta por pedir comida es el fútbol. Tanto es así que el 62% de los usuarios afirman que piden comida cuando hay partido.

En finales como la Champions, la Copa del Rey o en los partidos de Eurocopa o Mundial, los pedidos suelen incrementarse entre un 30 y un 35%. Además, el ticket medio suele mejorar un 25%, ya que se suele disfrutar con amigos o familiares.

El tipo de comida más pedido en los días de partido es la pizza, seguido del sushi y en tercer lugar, el kebab. Sin embargo, el producto más pedido es el rollito de primavera.



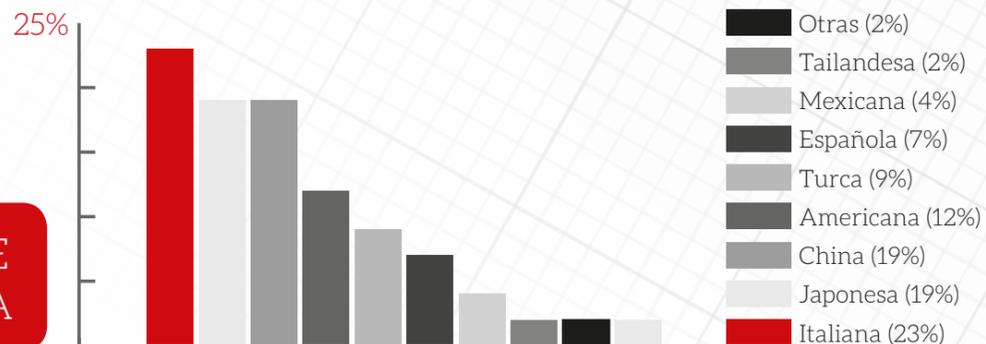
# Cine y series



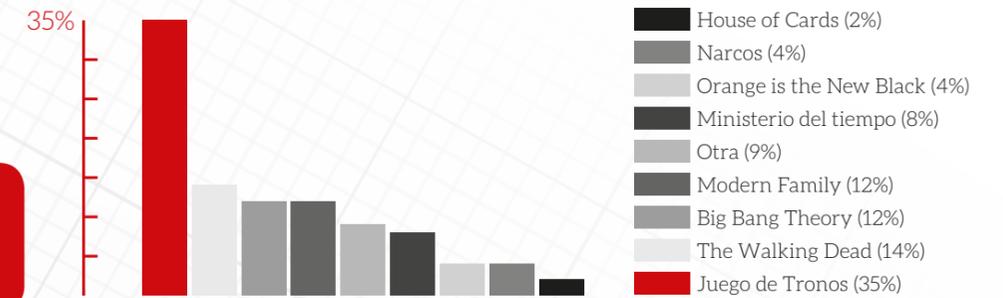
Otro de los momentos preferidos para pedir comida en casa es el plan de ver cine y series. El 93% de los usuarios afirma que le encanta hacer su pedido para disfrutar de este plan. Los días preferidos para disfrutar de este momento son el viernes y el sábado. El top 3 de tipos de comida más pedidos son: en el número uno la comida italiana; en el número dos la comida japonesa y, en tercer lugar la comida china.

## ¿CUÁLES SON LOS GUSTOS DE NUESTROS USUARIOS?

### TIPO DE COMIDA



### SERIES MÁS VISTAS

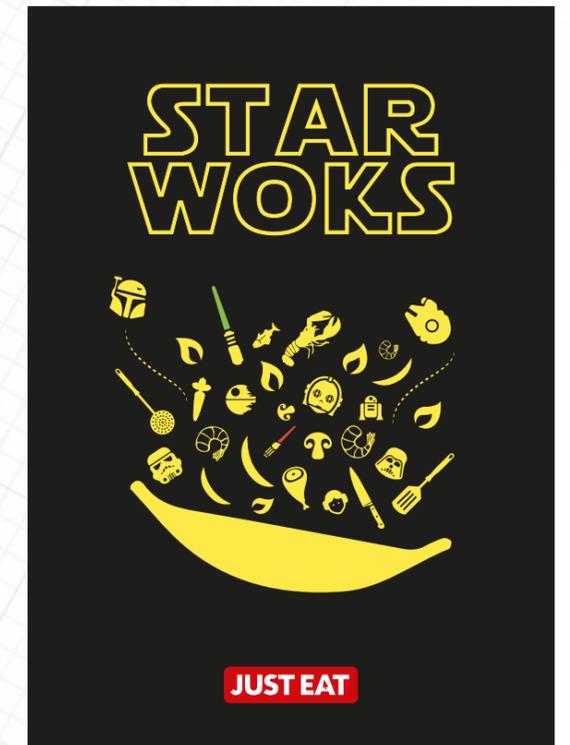


Respecto a las series de actualidad, la que se lleva la palma es Juego de Tronos (con un 35%), seguida de Walking Dead (un 14%) y Big Bang Theory (un 12%).

Los géneros de cine que más gustan son la comedia (23%), ciencia ficción (15%) y acción y aventuras (14%).

## #zampapelis

Para aprovechar este momento, Just Eat lanza todos los jueves su campaña de Zampapelis dando la opción a sus usuarios de que versionen nombres de pelis con un toque muy gastronómico.



# Reuniones con amigos

## ¿Quién no pide comida cuando invita a sus amigos a casa?

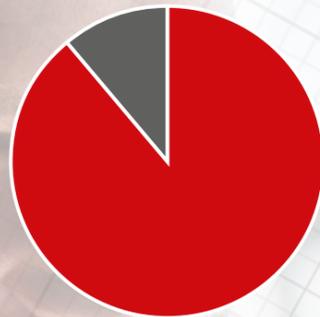
Cada vez son más los que se unen a esta forma rápida y sencilla de solucionar la típica cena con amigos que se presenta de forma inesperada.

Un 89% de los usuarios pide comida cuando está entre amigos.

Un 37% dice que no suele pedir a restaurantes diferentes al mismo tiempo, pero un 49% afirma que lo probaría porque la variedad "le parece una buena idea".

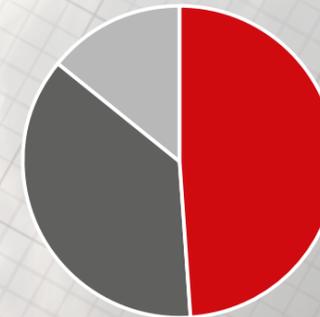
A modo de curiosidad, un 13% dice haber mentido alguna vez diciendo que lo había cocinado él mismo. Por último, el tipo de cocina más pedido entre amigos es la comida china, con un 25%.

## ¿Pides comida a domicilio cuando estás con amigos?



■ SI  
■ NO

## ¿Sueles pedir varios restaurantes para una misma cena?



■ NO, pero quizá lo haría  
■ NO  
■ SI

## ¿Mientes a la hora de decir que lo has cocinado tú?



■ NO  
■ Alguna vez  
■ SI

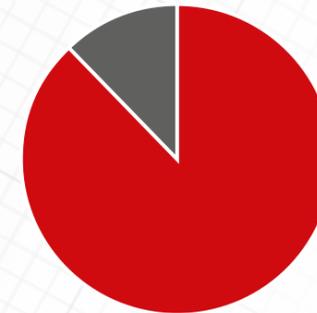




En pareja

Uno de los planes preferidos para hacer en pareja es quedar a comer o a cenar. ¿Qué mejor que hacerlo en casa de vez en cuando? más de la mitad de nuestros usuarios afirma pedir comida a domicilio para disfrutar en pareja. Además, el plato más pedido para estas ocasiones es el sushi, seguido muy de cerca de la pizza. El día predilecto para disfrutar de este plan es el viernes.

¿Pides comida a domicilio cuando estás con tu pareja?



■ SI  
■ NO



Tan importante es la relación de gastronomía y el amor que el día de San Valentín crecen los pedidos un 50%.

En el último 14 de febrero, Just Eat se dedicó a unir a "estómagos gemelos" creando una app en la que preguntaba por coincidencias en rarezas culinarias tales como "meter patatas en la hamburguesa" o "comer sushi con tenedores". Participaron más de 1000 personas 10 tuvieron una coincidencia del más del 95%. Desde Just Eat se les dio la posibilidad de conocerse y, para ello, se les regaló una cena.

# “ El móvil y la comida a domicilio ”

Es un hecho que el Smartphone ha revolucionado el mercado de la comida a domicilio y cada vez son más los usuarios que piden a través de la app. Casi el 50% de los pedidos se hacen desde las aplicaciones para iOS o Android, ya son 60.000 descargas las que recibe la aplicación al mes.

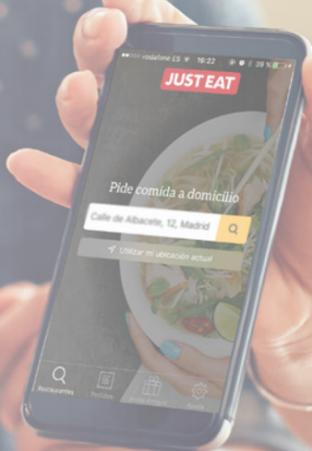
## Los momentos en los que se pide más a través de la app

**Verano:** Las playas, las piscinas y los parques son los sitios favoritos.

**Momentos televisivos especiales:** Todo el mundo está pendiente del programa y nadie se quiere mover del sofá.

**Del trabajo a casa:** La mejor solución para tener tu pedido nada más llegar a casa.

**En la universidad:** Muchos son los estudiantes que piden para tener a mano una oferta de comida más allá del comedor del campus.



2 de cada 3 personas que se conectan al móvil es para revisar sus redes sociales; estas son las redes a las que está conectado el usuario en el momento de pedir.

¿Cuál es la red social que más usas?



Just Eat instauró el App Day el 28 de mayo de 2015 a consecuencia de su participación en OME expo, uno de los mayores eventos sobre marketing digital de España, donde cerró en directo su web para animar a todos sus usuarios a probar su servicio a través de la APP con un descuento de 5€.

# “ Curiosidades ”



El postre más pedido es el Tiramisú

## Bebida más pedida por día de la semana

|           |           |
|-----------|-----------|
| Lunes     | Coca cola |
| Martes    | Coca cola |
| Miércoles | Coca cola |
| Jueves    | Coca cola |
| Viernes   | Coca cola |
| Sábado    | Cerveza   |
| Domingo   | Cerveza   |



El día del año con más pedidos a través del móvil



Paellas vendidas desde que empezó el negocio:

16.002

El minuto en el que se han recibido más pedidos:

21:16

del 12 de Octubre del 2016



107.585

Pizzas que se venden en un mes



Número de cervezas vendidas desde que empezó el negocio:

360.466



## ENTREVISTA A JESÚS REBOLLO

Director General de JUST EAT

**El mercado de la comida a domicilio online avanza a pasos agigantados, ¿cómo crees que ha sido la evolución durante el último año?**

Para nosotros ha sido un año muy bueno. El mercado está cambiando: antes comida a domicilio era un sinónimo de fast food, ahora la comida a domicilio es un sinónimo de variedad. Cada vez son más usuarios los que demandan una oferta calidad y eso es precisamente lo que nosotros ofrecemos.

**El Smartphone ha conseguido hacerse con un papel muy importante en este sector, ¿cuál crees que puede ser el valor añadido al pedir por la app, en vez de hacerlo por la web?**

La percepción de comodidad. Al final todos tenemos una vida muy ajetreada y buscamos cosas que la simplifiquen. Poder hacer un pedido nada más salir de la oficina para recibirlo casi en el momento en el que llegas a casa no tiene precio. La app permite usar Just Eat en cualquier lugar en el que un restaurante de nuestra plataforma pueda repartir.

**Hablando del entorno laboral, ¿habéis notado un incremento de los pedidos desde oficinas?**

Sí; en España ya casi un 25 % del negocio se efectúa a la hora de comer, puesto que la gente pide cada vez más comida durante el mediodía cuando está trabajando. Disponen de la ventaja de tener un menú variado en un tiempo asequible a su jornada laboral.

**Constantemente estamos hablando de la variedad, ¿a qué patrones responde el restaurante que está asociado a Just Eat?**

Tenemos desde restaurantes más tradicionales hasta restaurantes de lo más gourmet. Simplemente tiene que estar dispuesto a tener más clientes de lo habitual y a dar el mejor servicio. En nuestra plataforma se da mucha importancia a la voz del usuario, por lo que siempre se le invita a poner una valoración de su pedido. De este modo, cuando un nuevo usuario hace un pedido para probar Just Eat, tienen un montón de opiniones para poder decidir.

**Para poder dar el mejor servicio en Just Eat, debéis tener un equipo humano detrás que trabaje duro. ¿Qué puedes decir de él?**

Tenemos a más de 100 personas trabajando en España y solo puedo decir palabras positivas del equipo. Si estamos creciendo tanto y tan rápido, todo el mérito lo tienen ellos. En Just Eat cada persona está alineada para conseguir los mismos objetivos, sea del departamento que sea, y la comunicación es uno de los pilares fundamentales que construyen el trabajo diario.

racias

**JUST EAT**