



# TENDENCIAS GASTRONOMICAS

*¿Eres parte?*

**UVM**

CENTRO DE  
**OPINIÓN PÚBLICA**  
LAUREATE MÉXICO

## Estudio Cuantitativo

Encuesta vía internet dirigida a internautas mexicanos. La información fue capturada en línea a momento de responder la encuesta vía Qualtrics, herramienta que garantiza la seguridad de los datos.

Muestra encuesta 700.

Fecha de levantamiento Junio y Julio 2017.



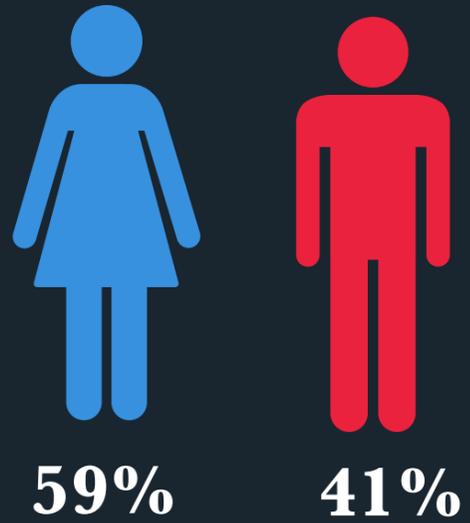
# CONFORMACIÓN DE LA MUESTRA

**UVM**

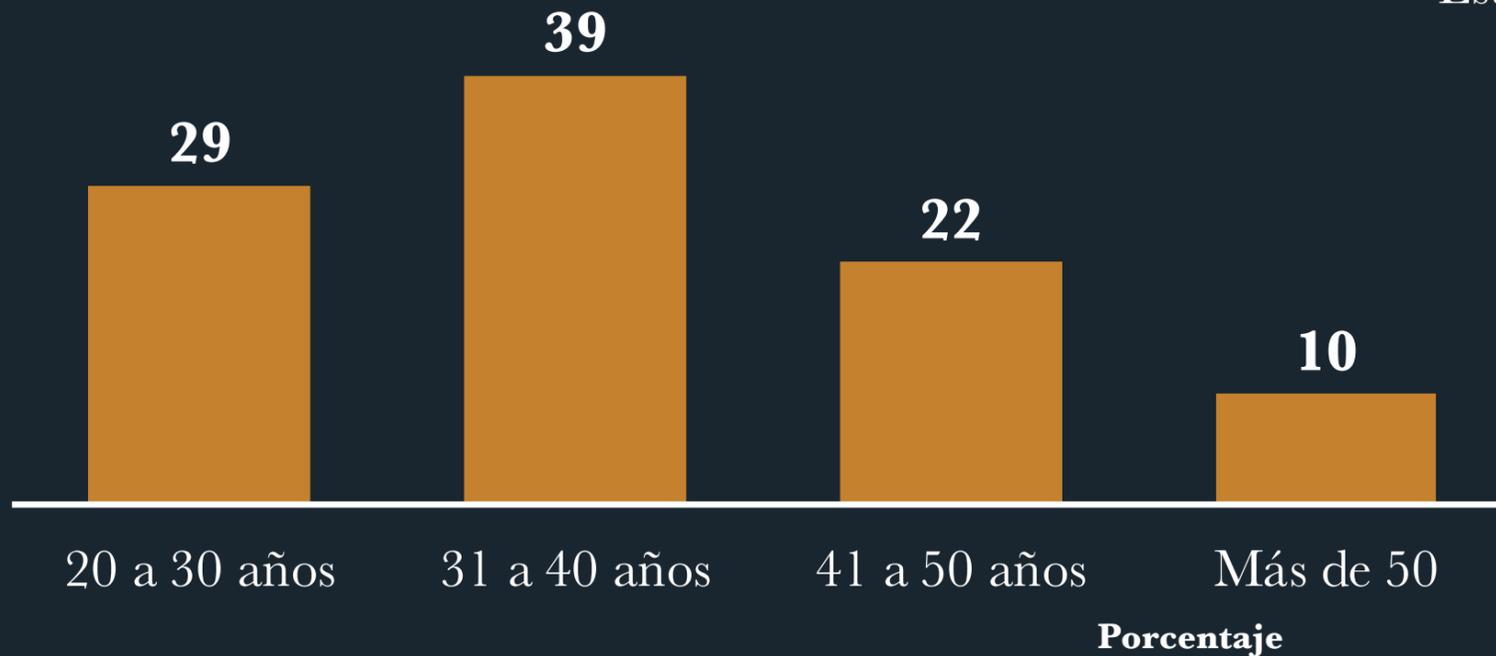
CENTRO DE  
**OPINIÓN PÚBLICA**  
LAUREATE MÉXICO

# Perfil Sociodemográfico

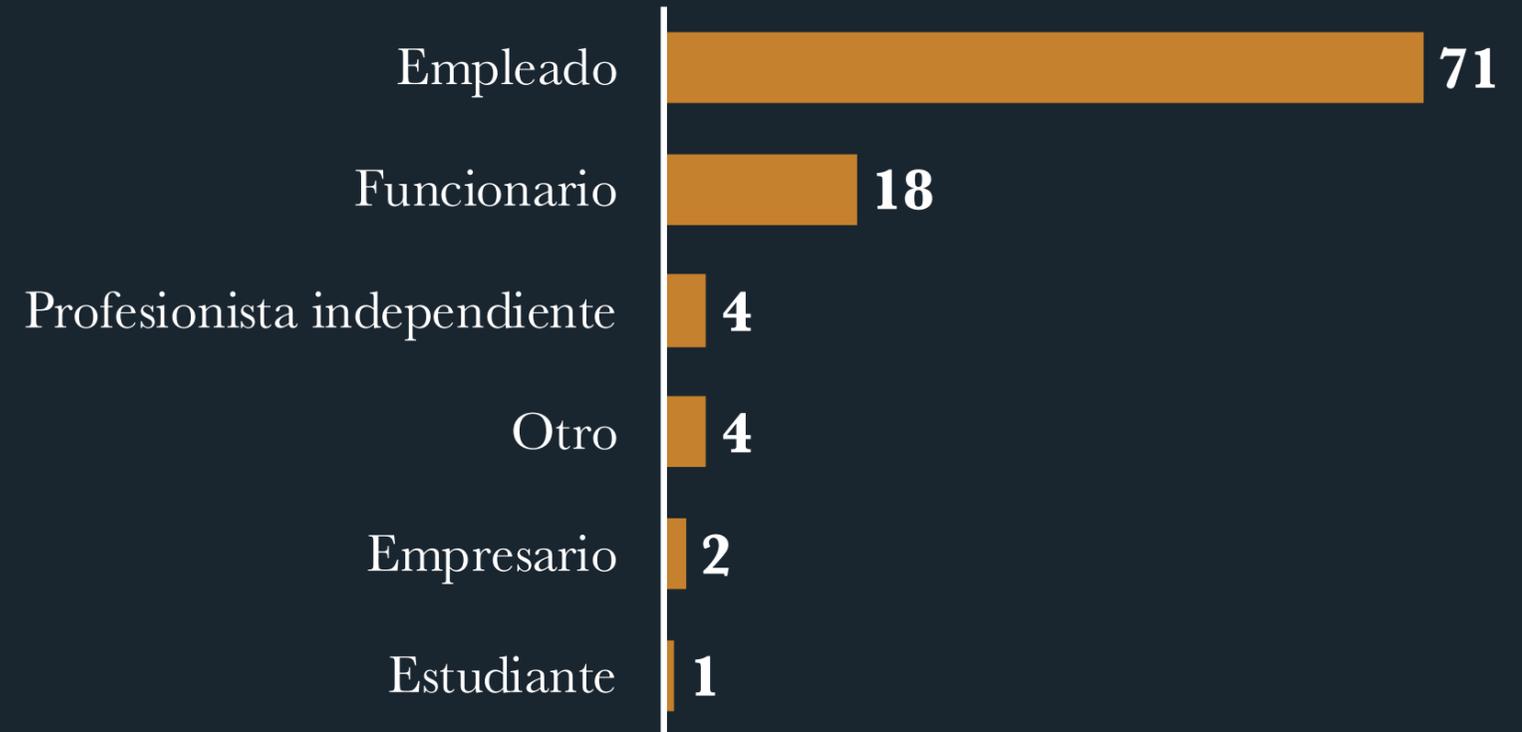
## Género



## Edad



## Ocupación



UVM

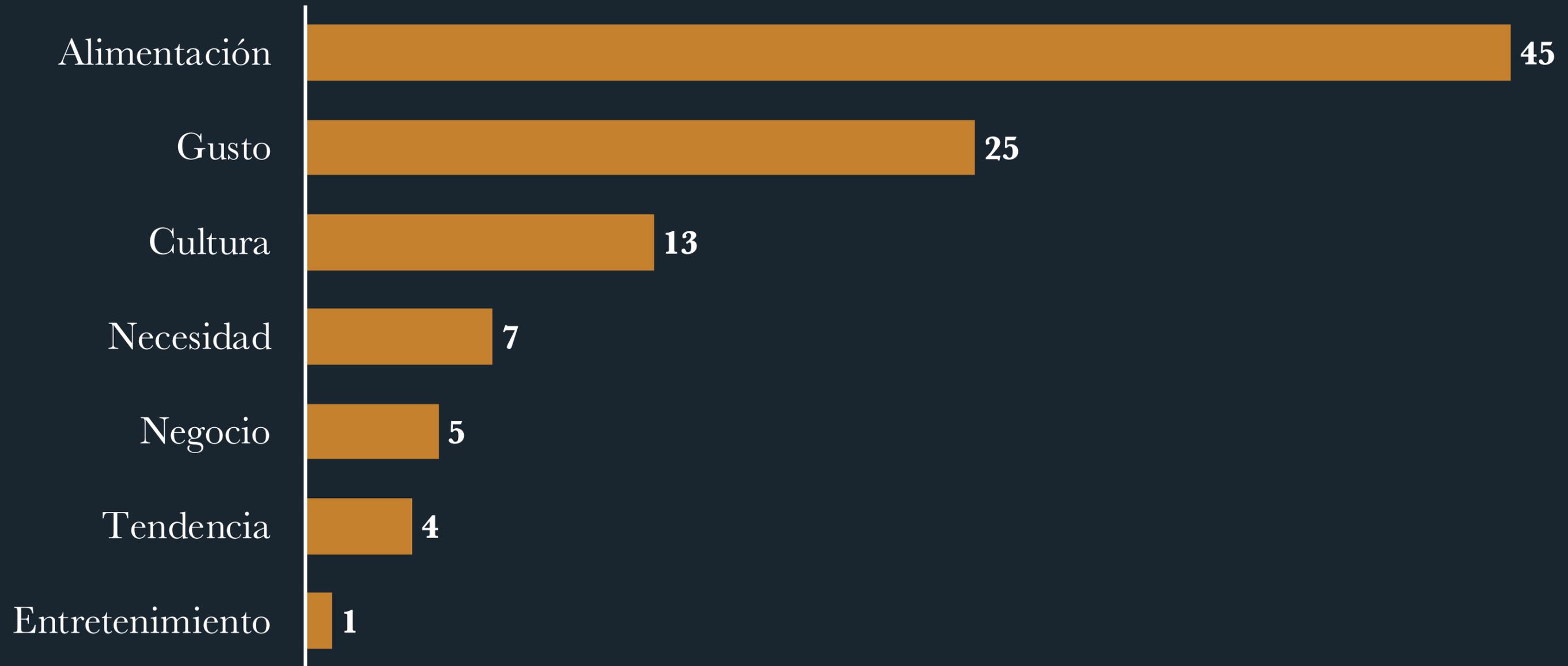
CENTRO DE  
OPINIÓN PÚBLICA  
LAUREATE MÉXICO

# HÁBITOS PARA CONSUMIR ALIMENTOS

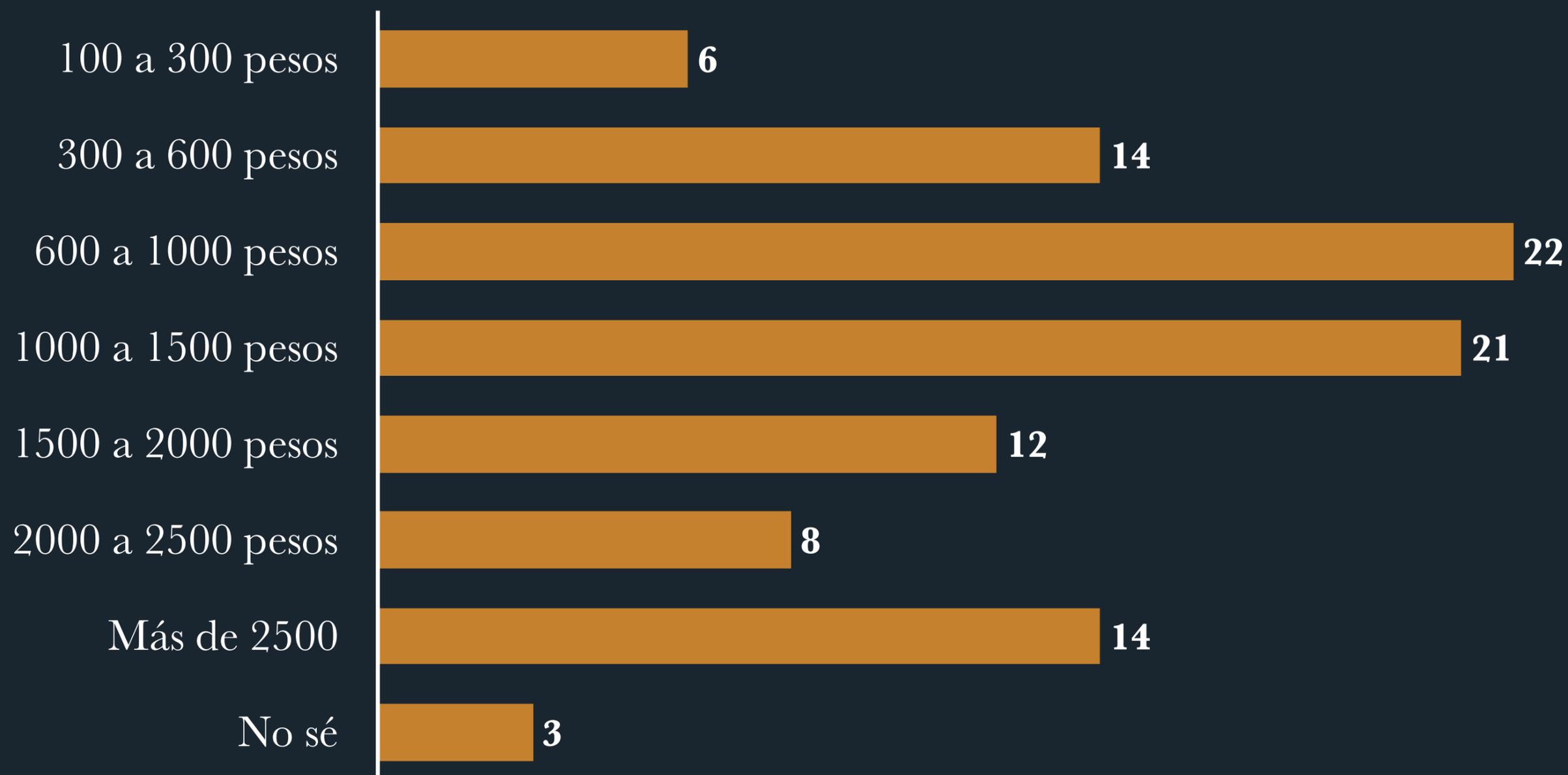
UVM

CENTRO DE  
OPINIÓN PÚBLICA  
LAUREATE MÉXICO

# Asociación de la palabra “COMIDA”



# Gasto mensual de alimentos comprados en supermercado\*

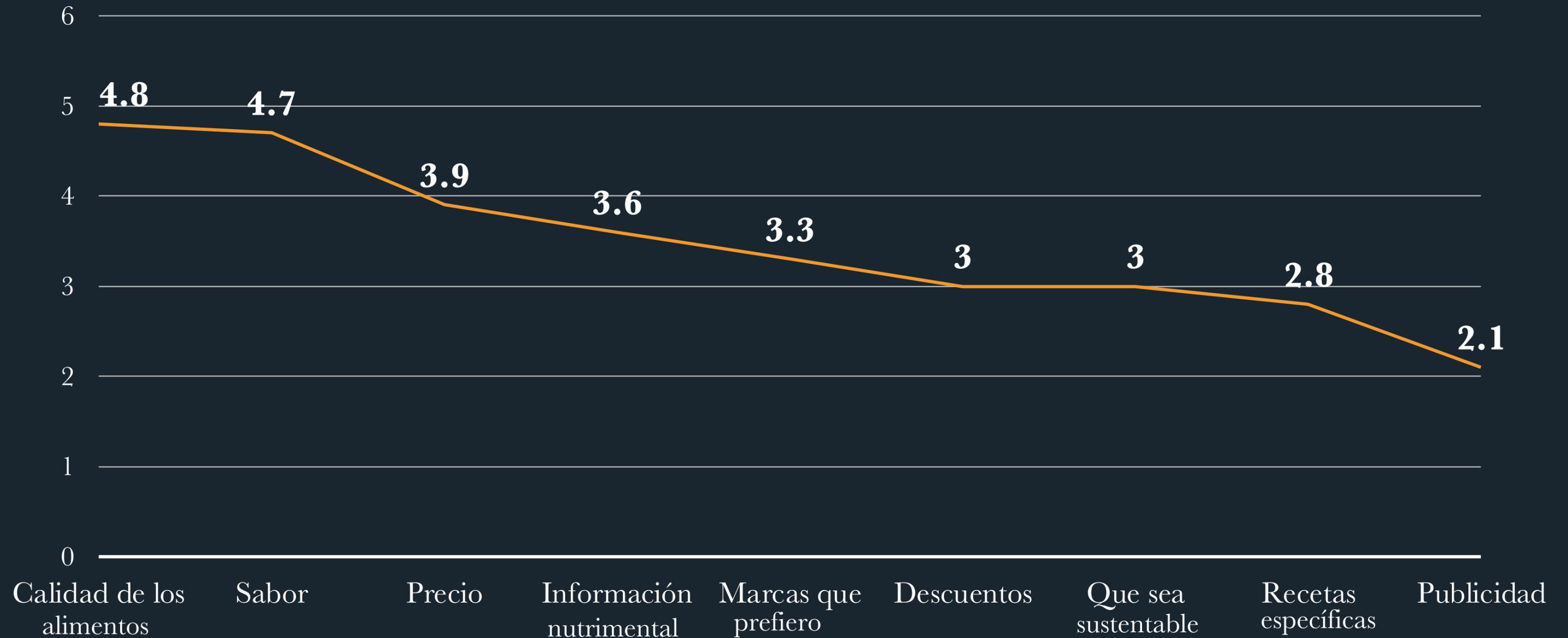


\* Gasto por persona

Porcentaje

N= 700

# ¿Qué tanto influyen los siguientes factores al momento de comprar alimentos?

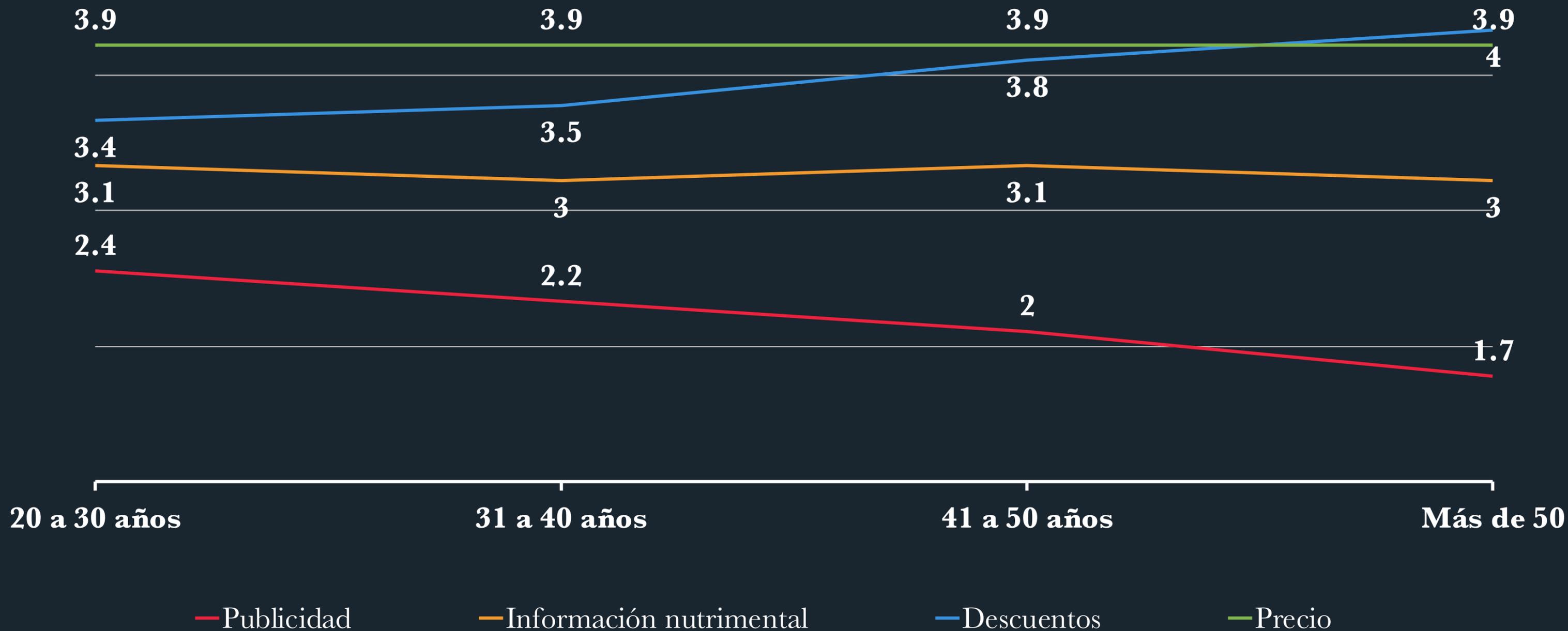


En una escala del 1 al 5, donde 1 es nada de influencia y 5 es mucha influencia

Media

n= 700

# Influencia de factores para comprar alimentos por edad



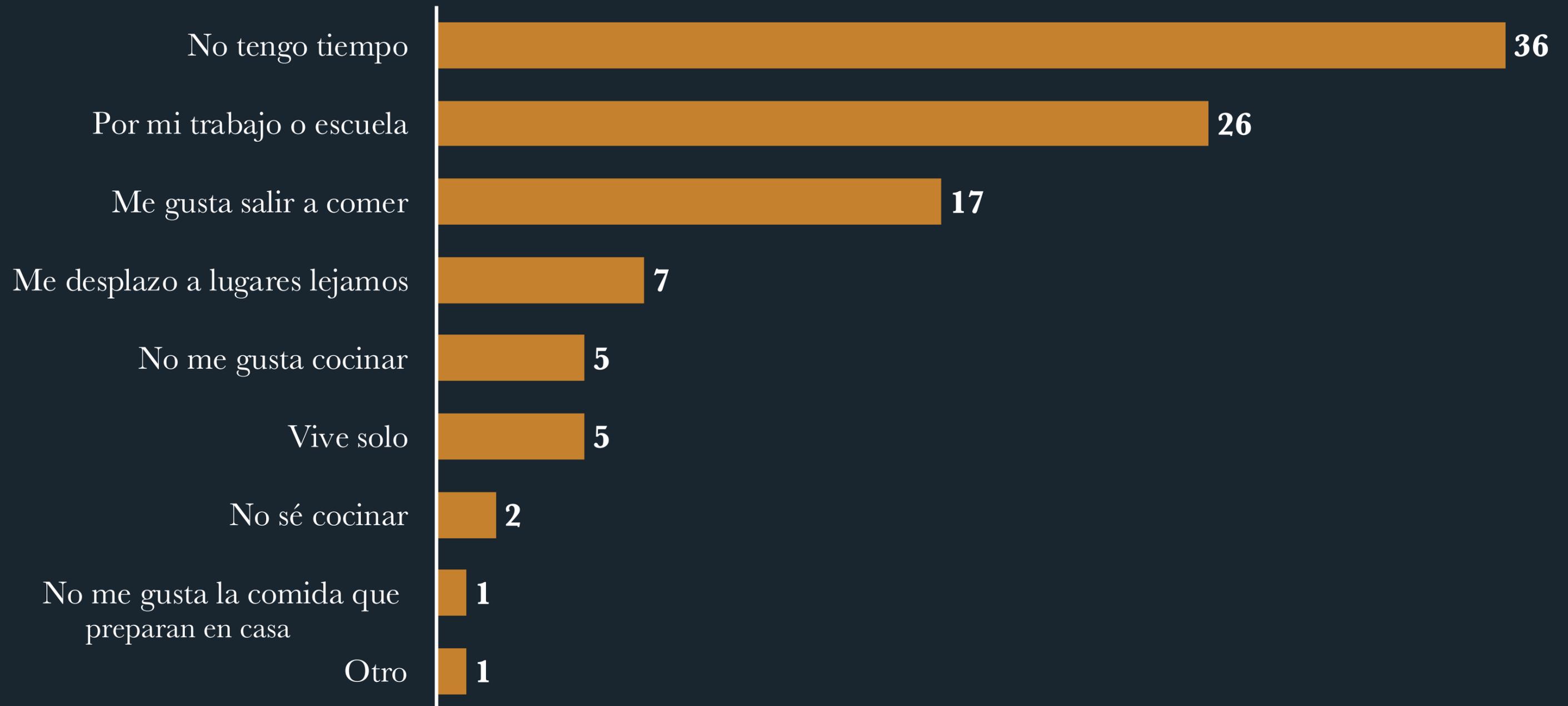
# ¿Qué tan seguido desayunas, comes o cenas comida preparada en casa/comida casera?



ENTRE SEMANA				
	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Nunca
Desayuno	<b>47</b>	<b>25</b>	<b>20</b>	<b>8</b>
Comida	<b>31</b>	<b>30</b>	<b>24</b>	<b>15</b>
Cena	<b>43</b>	<b>35</b>	<b>19</b>	<b>3</b>

FIN DE SEMANA				
	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Nunca
Desayuno	<b>40</b>	<b>31</b>	<b>23</b>	<b>6</b>
Comida	<b>21</b>	<b>32</b>	<b>38</b>	<b>9</b>
Cena	<b>29</b>	<b>29</b>	<b>34</b>	<b>8</b>

# Razón para no siempre comer alimentos preparados en casa



A photograph of a white ceramic coffee cup filled with dark coffee, sitting on a matching saucer. The cup and saucer are placed on a rustic wooden table. To the left, a portion of a silver laptop is visible, showing the keyboard. The scene is lit with warm, natural light, creating a cozy atmosphere. A semi-transparent dark red banner is overlaid across the middle of the image, containing the title text.

# RELACIÓN ENTRE GASTRONOMÍA Y MEDIOS DIGITALES

**UVM**

CENTRO DE  
**OPINIÓN PÚBLICA**  
LAUREATE MÉXICO

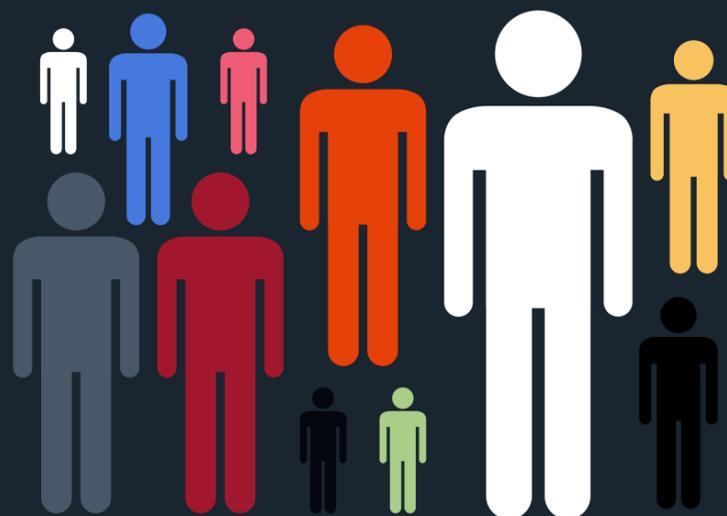
# Del 1 al 10, donde 1 es nada y 10 es mucho ¿Qué tanto disfruta cocinar?

UVM

CENTRO DE  
**OPINIÓN PÚBLICA**  
LAUREATE MÉXICO



Promedio:  
7.8



Promedio general:  
7.48



Promedio:  
7.2

## De las siguientes actividades, menciona cuales realizas



Actividades	Si	No
Visitar sitios gourmet que contienen recetas	54%	46%
Visitar revistas ó páginas de internet sobre recomendaciones de bares o restaurantes	52%	48%
Ver programas de competencia de gastronomía por televisión	51%	49%
Ver programas de cocina por televisión	43%	57%
Seguir en redes sociales a chefs, expertos en gastronomía o recomendaciones gastronómicas	39%	61%
Seguir blogs enfocados en gastronomía	28%	72%

## Actividades realizadas por género

UVM

CENTRO DE  
**OPINIÓN PÚBLICA**  
LAUREATE MÉXICO

Actividades	Mujeres	Hombres
Visitar sitios gourmet que contienen recetas	<b>66%</b>	<b>34%</b>
Visitar revistas ó páginas de internet sobre recomendaciones de bares o restaurantes	<b>55%</b>	<b>45%</b>

# Cuanto disfrutaban cocinar los que realizan las siguientes actividades gastronómicas



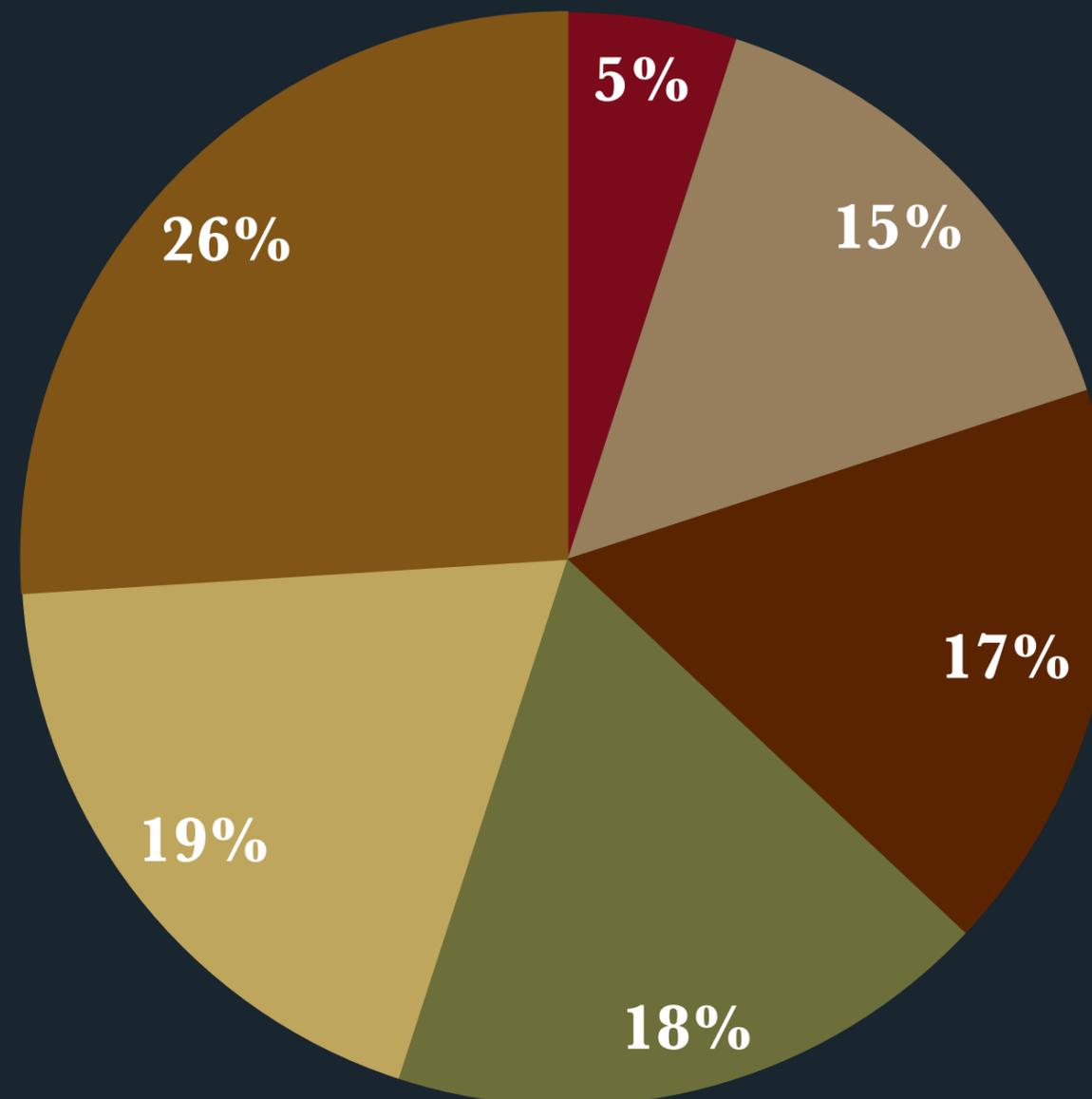
Actividades gastronómicas	Promedio cuando disfrutaban cocinar del 1 al 10
Seguir en redes sociales a chefs, o expertos en gastronomía	8.2
Ver programas de cocina por televisión	8
Seguir blogs enfocados en gastronomía	7.9
Visitar sitios gourmet que contienen recetas	7.6
Revistas o páginas de internet sobre recomendaciones gastronómicas	7.4
Ver programas de competencia gastronómica por televisión	7

## Actividades realizadas por edad



Actividades	20 a 30 años	31 a 40 años	41 a 50 años	Más de 50 años
Visitar sitios gourmet que contienen recetas	62%	62%	47%	23%
Visitar revistas ó páginas de internet sobre recomendaciones de bares o restaurantes	60%	58%	42%	35%
Seguir blogs enfocados en gastronomía	37%	28%	21%	12%
Seguir en redes sociales a chefs, expertos en gastronomía o recomendaciones gastronómicas	49%	44%	30%	16%

# Actividades realizadas con mayor frecuencia



- Seguir blogs enfocados en gastronomía
- Revistas o páginas de internet sobre gastronomía
- Visitar sitios gourmet con recetas

- Seguir en redes sociales a expertos en gastronomía
- Ver programas de cocina
- Ver programas de competencia gastronómica

Porcentaje

# Actividad que realizas con mayor frecuencia por género



■ Redes sociales expertos en gastronomía

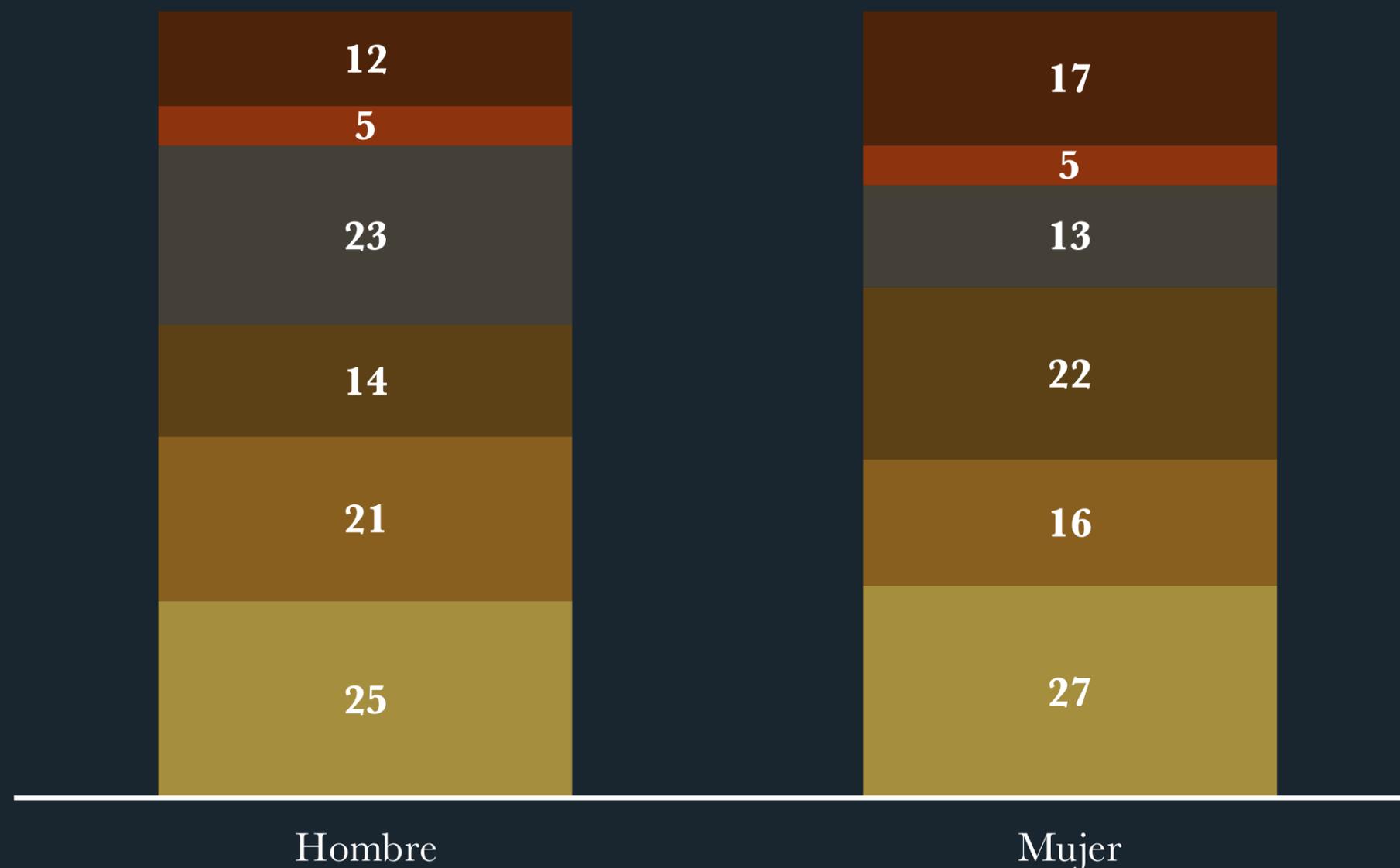
■ Blogs gastronomía

■ Páginas internet recomendaciones

■ Sitios gourmet

■ Programas de cocina

■ Competencia gastronómica



# Programa, revista o blog gourmet que más frecuentas

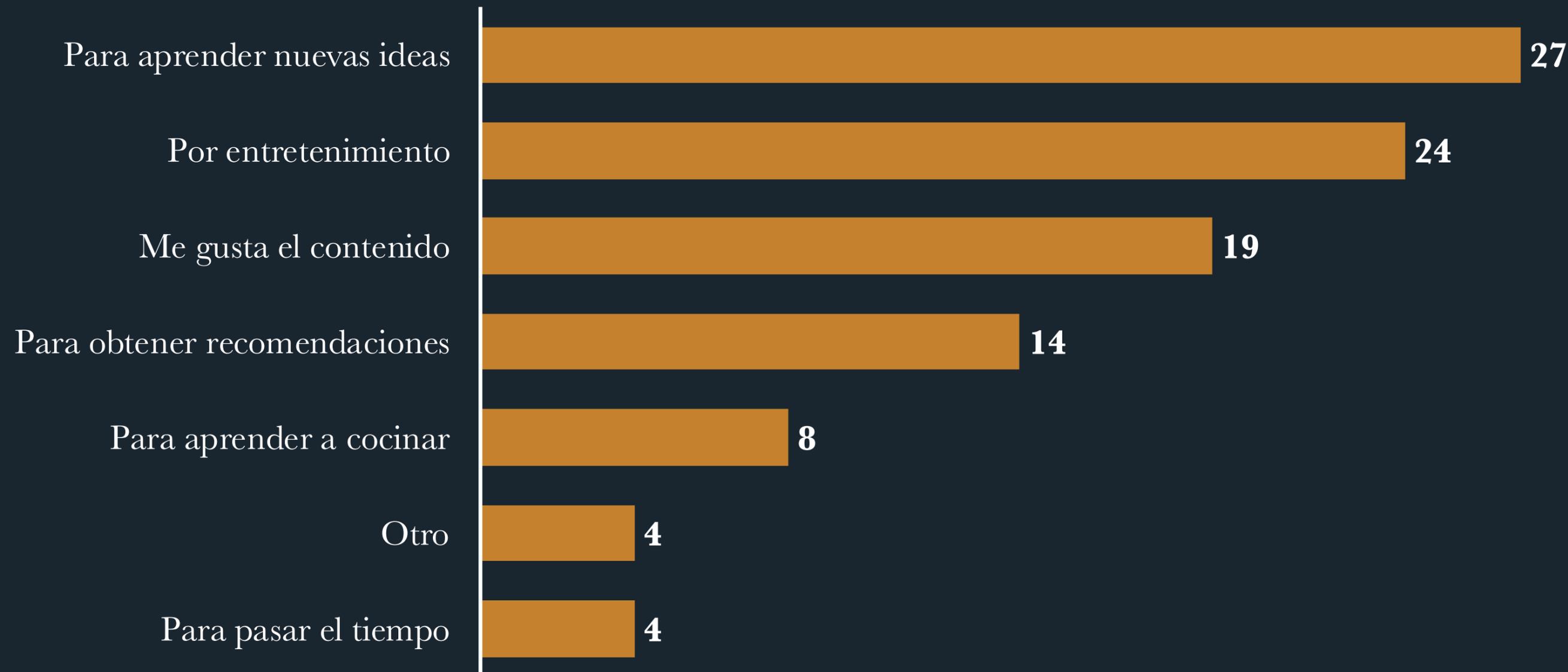


1	<b>Sitios de Internet</b> (Tasty, Cocina Fácil, Kiwillimón)	34%
2	<b>Programa de Televisión</b> (Master Chef, Iron Chef, Top Chef, Chef's Table)	29%
3	<b>Canal de Televisión</b> (Canal Gourmet, Canal Once)	12%
4	<b>Revista</b> (A donde ir, Chilango, Time Out)	10%
5	<b>Nombre del Chef</b> (Gordon Ramsey, Anthony Bourdain, Chef Oropeza)	8%
6	<b>Ninguno en específico</b>	7%

Porcentaje

n= 585

# ¿Por qué realizas esta actividad con mayor frecuencia?

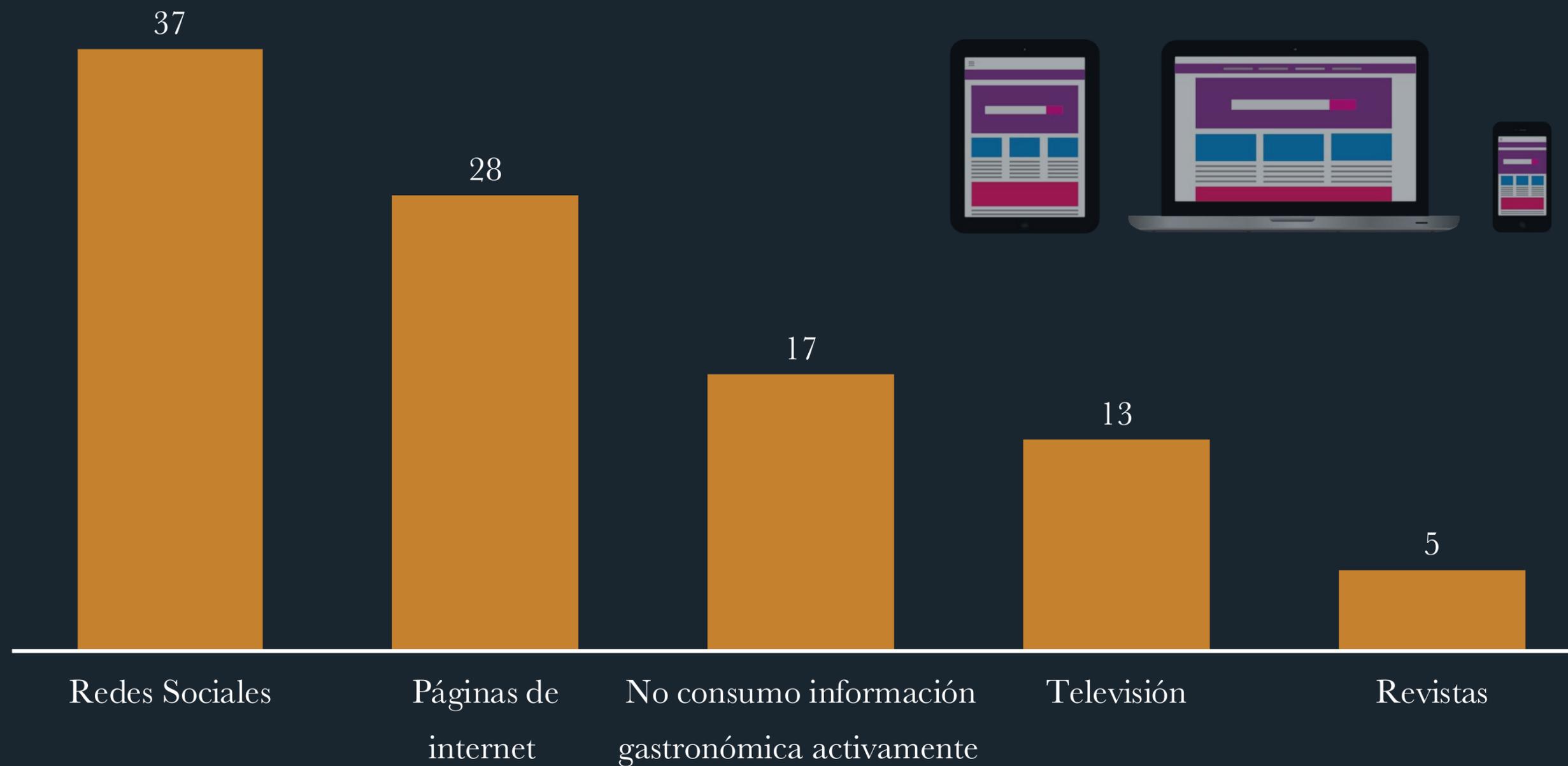


# Cambios y conductas motivadas por ver programas o sitios gastronómicos

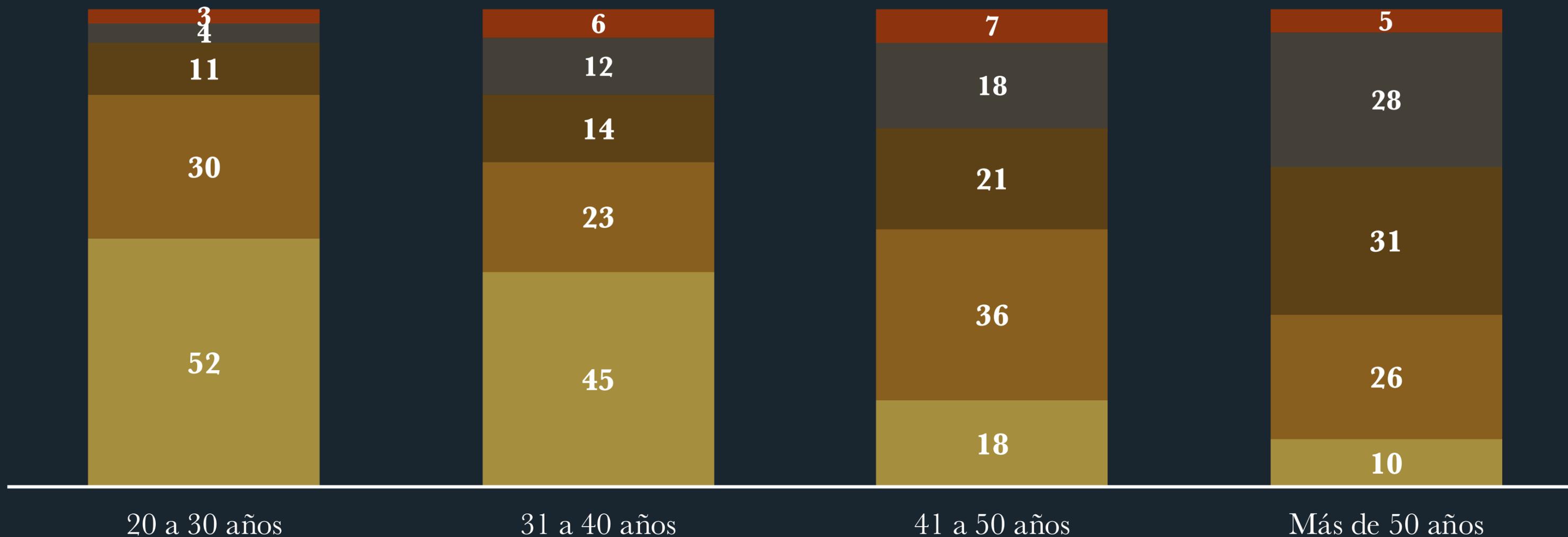


	SI	NO
Comer o probar distintos tipos de comida	<b>80%</b>	<b>20%</b>
Recomendar lugares o platillos a familiares o amigos	<b>70%</b>	<b>30%</b>
Comprar ingredientes nuevos	<b>70%</b>	<b>30%</b>
Cocinar platillos nuevos	<b>67%</b>	<b>33%</b>
Visitar restaurantes o bares recomendados	<b>56%</b>	<b>44%</b>
Compartir recetas con familiares o amigos	<b>53%</b>	<b>47%</b>
Compartir fotos en redes sociales sobre los platillos que consumo	<b>25%</b>	<b>75%</b>
Compartir recetas en redes sociales	<b>21%</b>	<b>79%</b>
Asistir a un curso o taller de cocina	<b>18%</b>	<b>82%</b>

# Sitios preferidos para consumir información gastronómica



# Lugar preferido para consumir información gastronómica por edad



■ Redes sociales ■ Páginas de internet ■ No consumo información gastronómica activamente ■ Televisión ■ Revistas

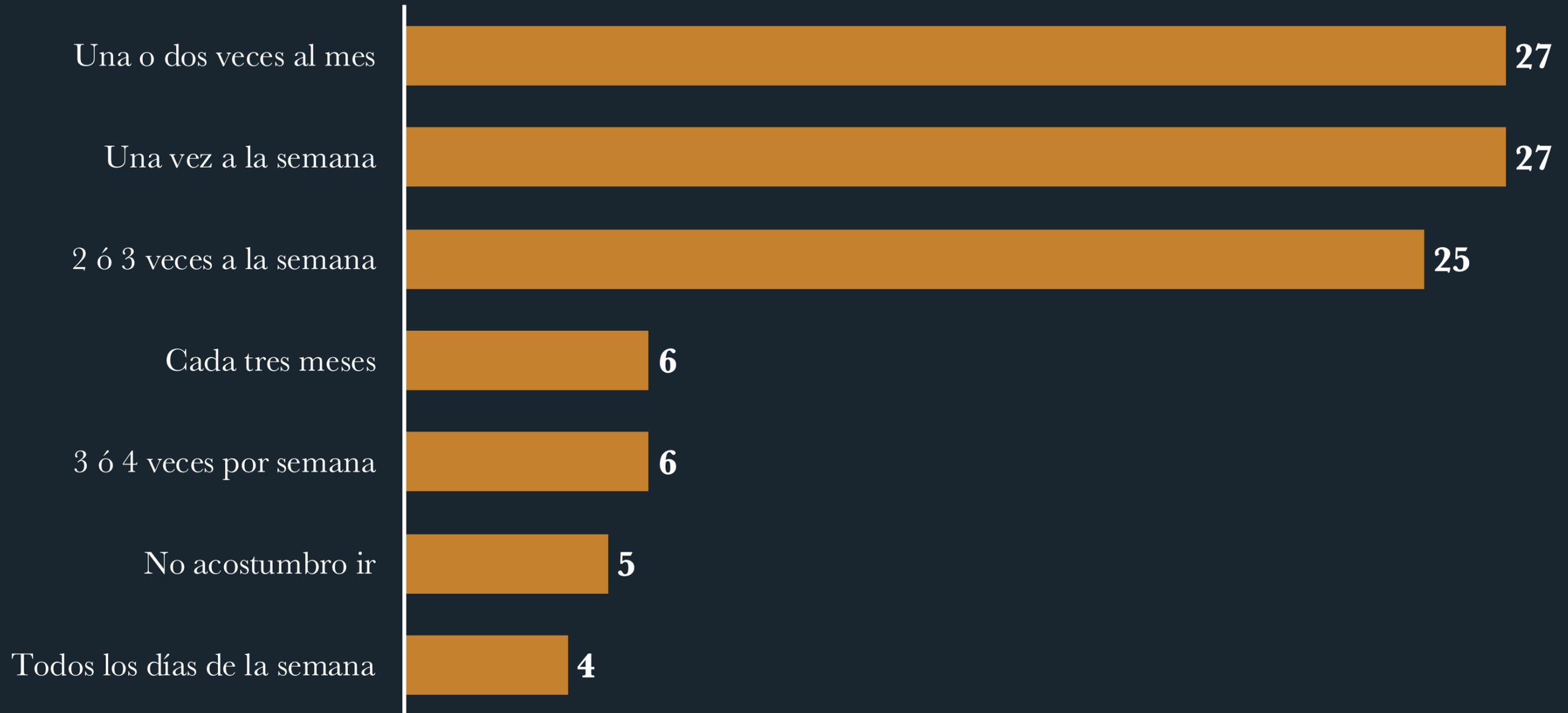


ASISTENCIA A  
RESTAURANTES

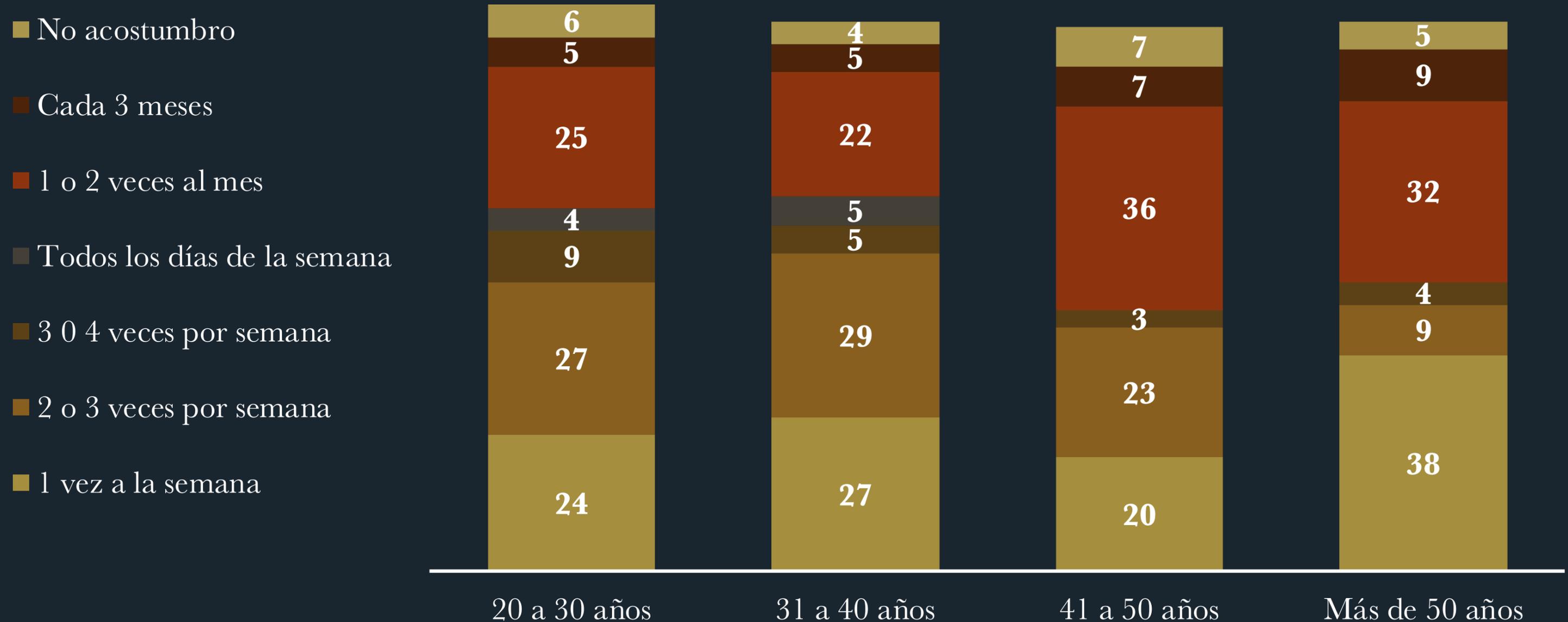
**UVM**

CENTRO DE  
**OPINIÓN PÚBLICA**  
LAUREATE MÉXICO

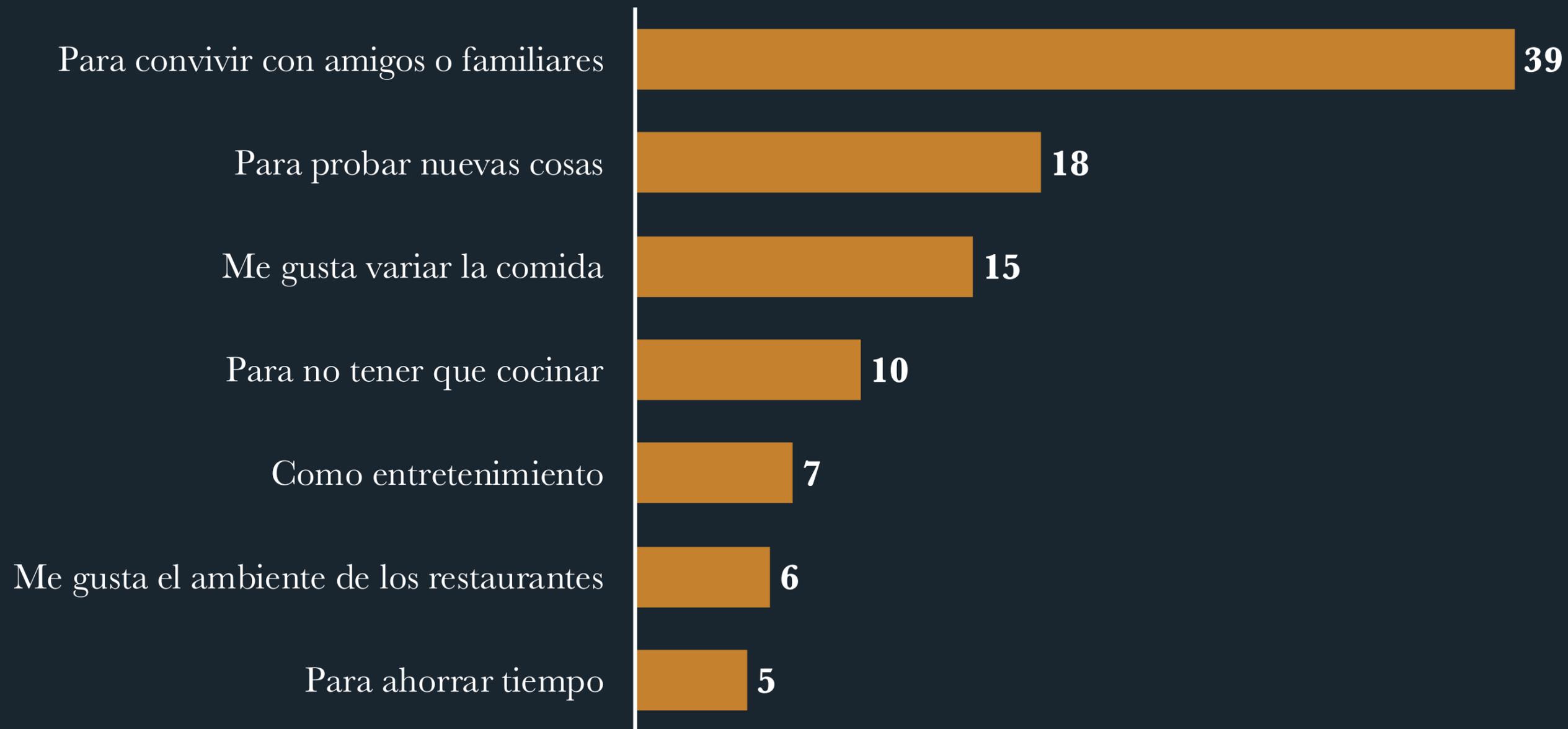
# Frecuencia de asistencia a restaurantes



# ¿Qué tan seguido asistes a restaurantes? por edad



# Motivación principal para asistir a restaurantes



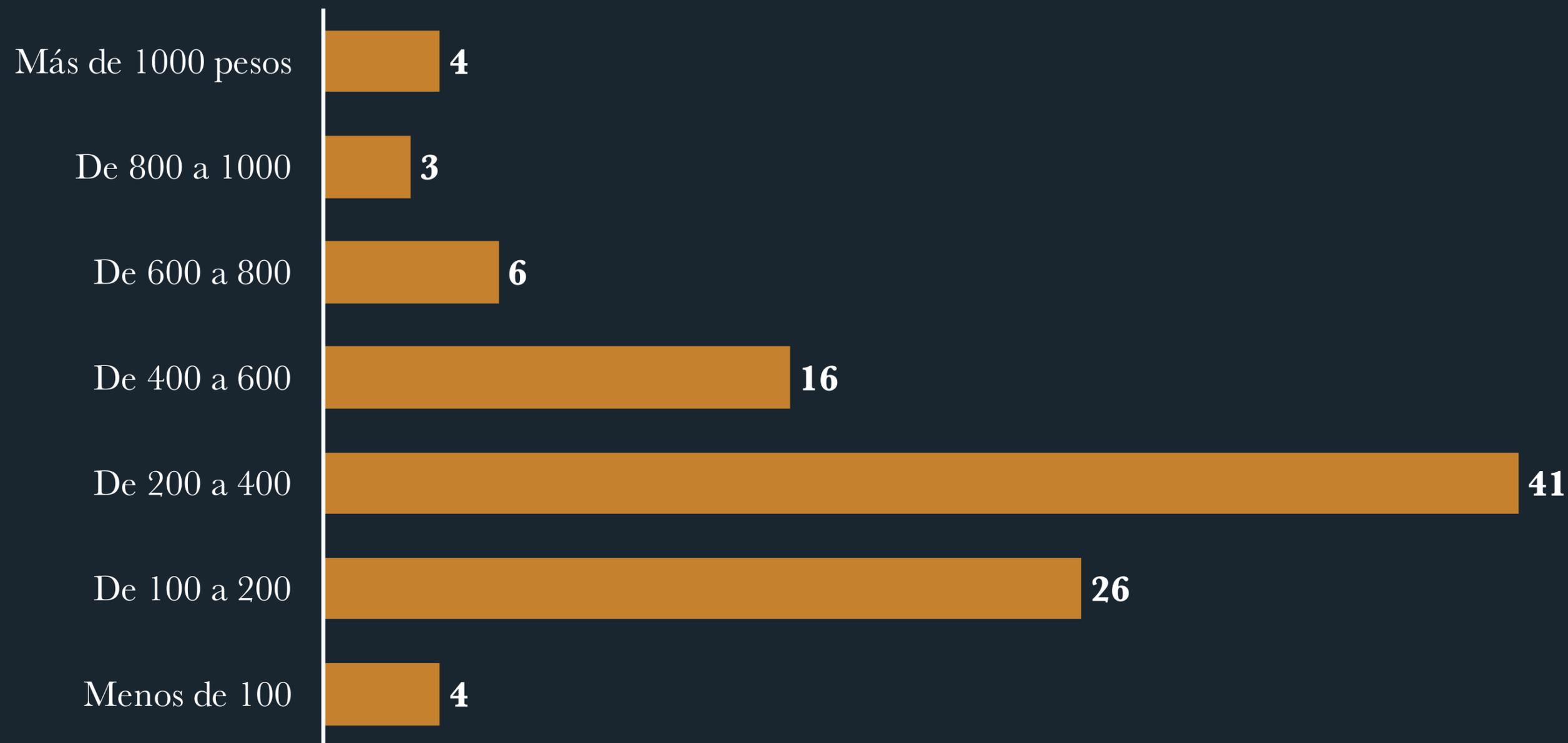
Porcentaje

n= 660

## Costo de la cuenta de restaurante POR PERSONA

UVM

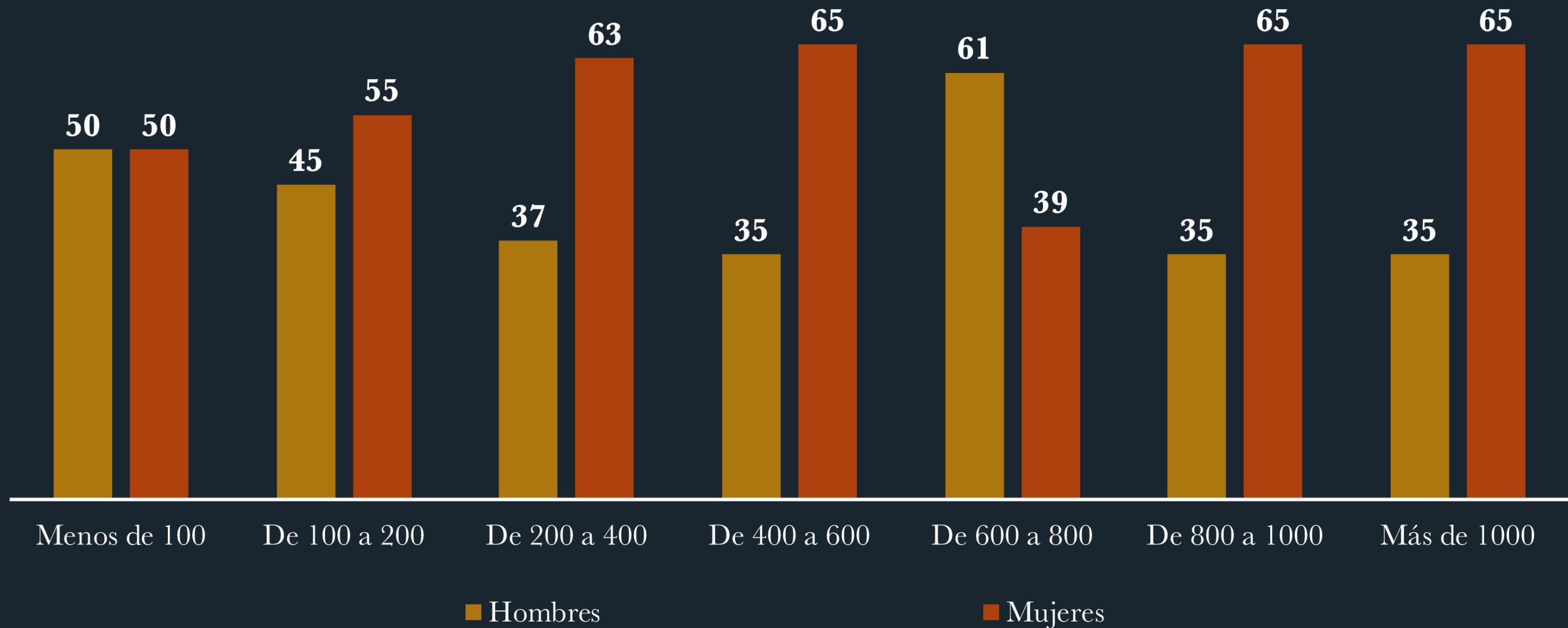
CENTRO DE  
**OPINIÓN PÚBLICA**  
LAUREATE MÉXICO



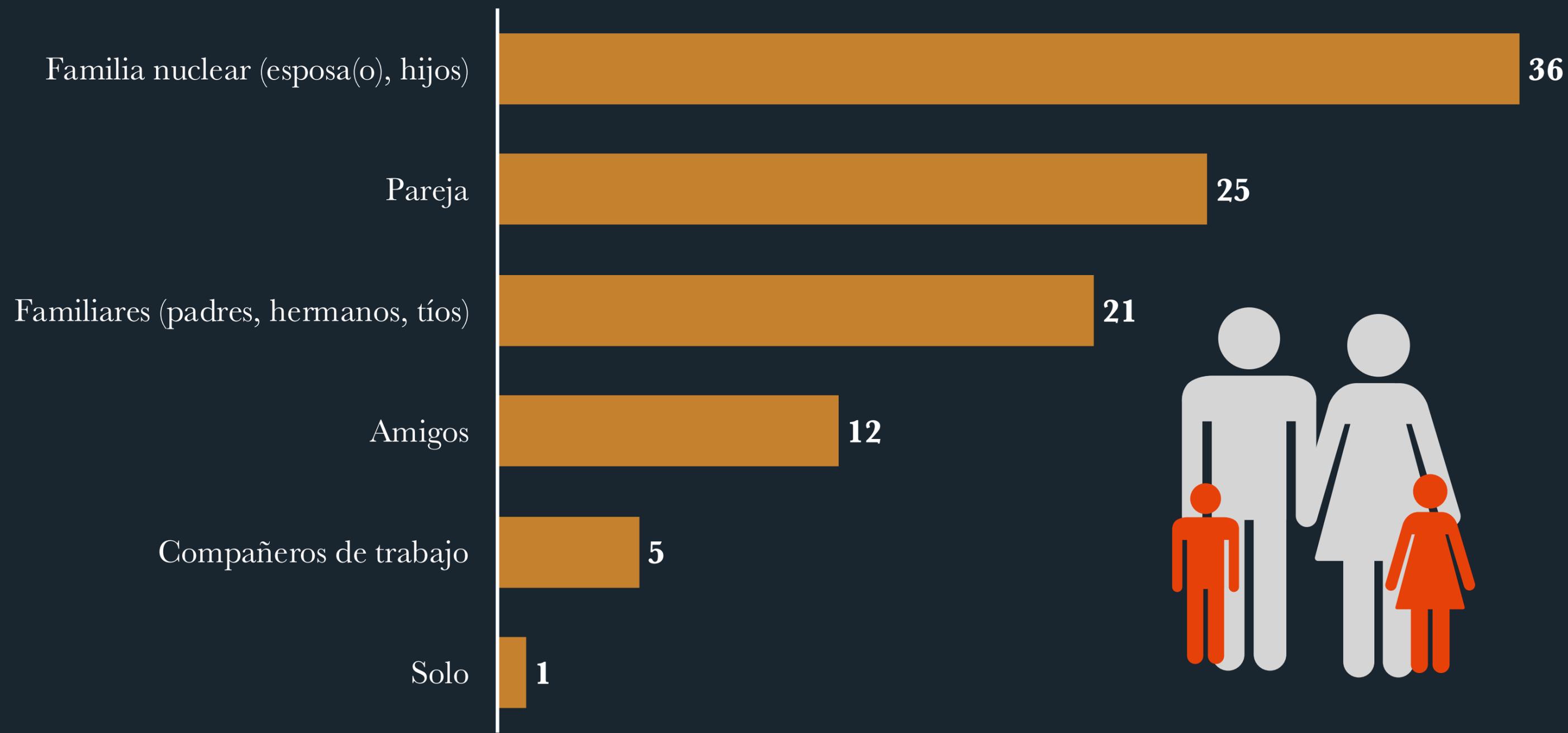
Porcentaje

N= 700

# Costo de la cuenta de restaurante por género



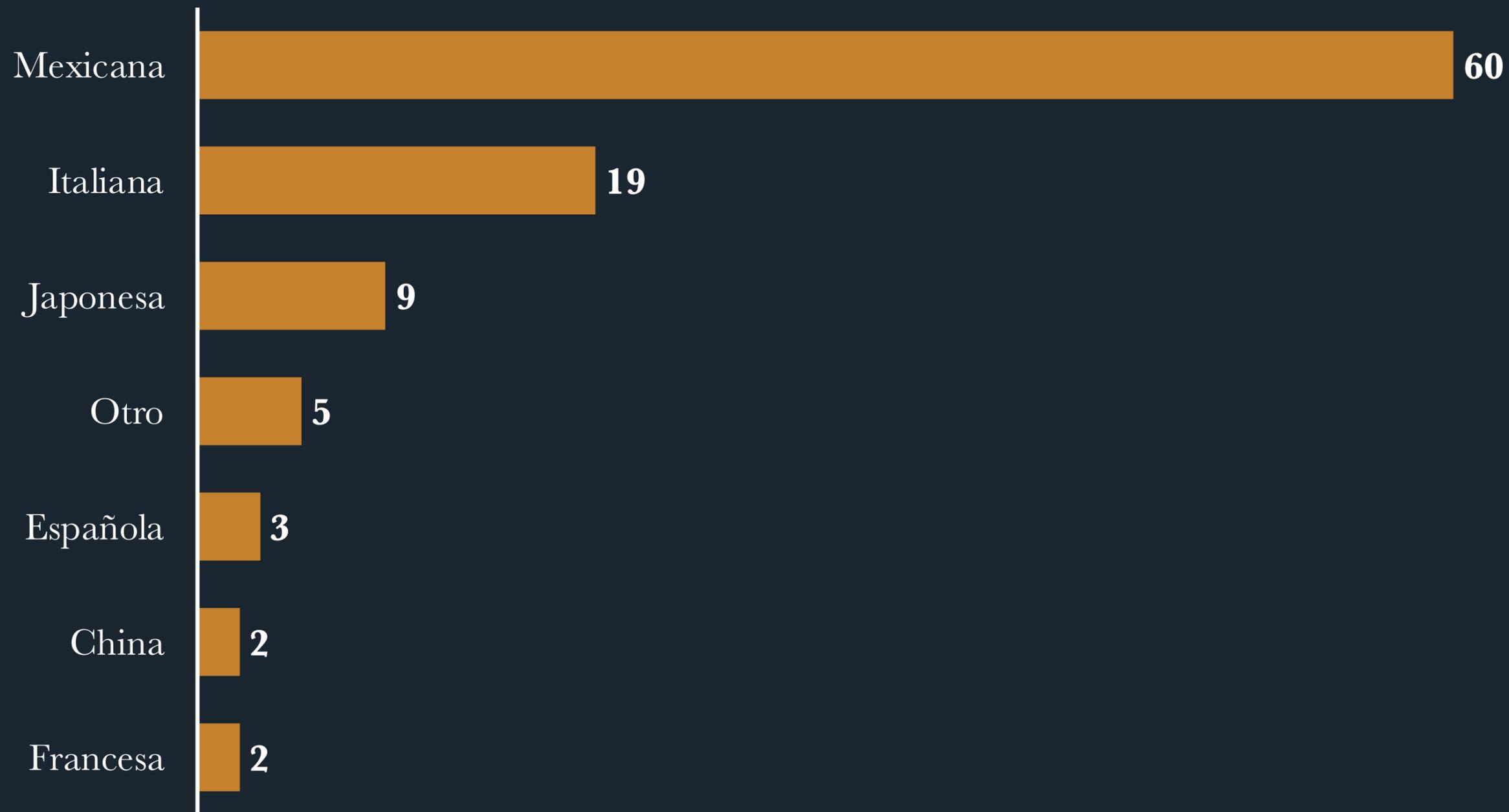
# Compañía en el restaurante



Porcentaje

n= 700

# ¿Qué tipo de cocina consideras que es tu preferida?



Porcentaje

n= 700

# Atributos que debe tener un buen restaurante

UVM

CENTRO DE  
**OPINIÓN PÚBLICA**  
LAUREATE MÉXICO

**Calidad de los alimentos**

4.5

**Sabor de los alimentos**

4.1

**Ambiente**

2.2

**Precio**

2.1

**Ubicación**

1.4

**Recomendaciones**

1

La escala de valoración es de 1 a 6, donde 1 es el atributo menos importante y 6 el más importante



# TENDENCIAS GASTRONÓMICAS

**UVM**

CENTRO DE  
**OPINIÓN PÚBLICA**  
LAUREATE MÉXICO

# ¿Qué tanto te identificas con estas prácticas?



	Me identifico mucho	Me identifico	Me identifico poco	No me identifico
Soy una persona que sigue tendencias culinarias	9%	27%	39%	25%
Creo que las tendencias gastronómicas son un producto de la mercadotecnia	24%	34%	29%	13%
Disfruto asistir a ferias o tours gastronómicos	18%	33%	32%	17%
Asisto a restaurantes que son recomendados en mis redes sociales	16%	34%	30%	20%

# ¿Qué tanto te identificas con estas prácticas?



	Me identifico mucho	Me identifico	Me identifico poco	No me identifico
Estoy dispuesto a pagar más por alimentos orgánicos o que cuiden el ambiente	16%	34%	36%	14%
Creo que la comida es capaz de evocar distintas emociones	59%	32%	3%	6%
Comer es uno de los placeres que más disfruto en la vida	68%	25%	6%	1%
Estoy consciente de lo que como	45%	44%	10%	1%

# Disposición para pagar por experiencia gastronómica



# Disposición para pagar por experiencia gastronómica



Pago por experiencia culinaria (chef, estrellas Michellin, menú degustación, entorno)	Soy una persona que sigue tendencias culinarias	
	Me identifico	No me identifico
No estaría dispuesto a pagar por esto	<b>8%</b>	<b>92%</b>
La misma cantidad que un restaurante promedio	<b>19%</b>	<b>81%</b>
De 500 a 1000 pesos	<b>24%</b>	<b>76%</b>
De 1000 a 1500 pesos	<b>40%</b>	<b>60%</b>
De 1500 a 3000 pesos	<b>58%</b>	<b>42%</b>
De 3000 a 5000 pesos	<b>57%</b>	<b>43%</b>
De 5000 a 10000 pesos	<b>67%</b>	<b>33%</b>
Lo que cueste	<b>63%</b>	<b>37%</b>

## Conclusiones

---

UVM

CENTRO DE  
**OPINIÓN PÚBLICA**  
LAUREATE MÉXICO

- A pesar del movimiento gastronómico actual, las personas siguen asociando el término “comida” con alimentación o gusto; más que con tendencia o moda.
- Las características que más influyen en los encuestados para adquirir ciertos alimentos son la calidad de los alimentos, el sabor y el precio. Sin embargo, es interesante que a más edad es más importante la información nutrimental y a los más jóvenes les influye más la publicidad.
- En la cena es donde la mayor parte de los encuestados consume comida preparada en casa (78%) y la principal razón para comer alimentos no preparados en casa es la falta de tiempo.

## Conclusiones

---

- Las actividades gastronómicas que los encuestados más encuestados realizan son: visitar sitios gourmet que contienen recetas, ver revistas o portales con recomendaciones de restaurantes y ver programas de televisión de competencia gastronómica. De estas actividades la que realizan con más frecuencia es ver programas de competencia gastronómica.
- La mayoría afirma que desde que realiza esta actividad, han cambiado ciertos hábitos como probar con más frecuencia distintos tipos de comida, recomienda lugares a amigos o familiares y compra ingredientes nuevos.
- Asistir a restaurantes es una actividad primordialmente familiar y que la mayoría de los encuestados realiza al menos una vez al mes.
- La mayoría de los encuestados no se identifica como seguidor de tendencias culinarias, sin embargo, admiten disfrutar los tours gastronómico, asistir a restaurantes recomendados en sus redes sociales; y sobre todo más de las tres cuartas partes estaría dispuesto a pagar extra por una experiencia gastronómica.