



UNIVERSIDAD DE  
COSTA RICA

# *Perfil del consumidor gastronómico costarricense*

2021

***Gastrotico***

Observatorio de la  
gastronomía y  
bebidas de interés  
cultural en Costa Rica



# Metodología

## Población del estudio

Consumidores y consumidoras de productos gastronómicos de interés cultural en las localidades seleccionadas de las áreas Central y Pacífico central de Costa Rica mayores de 15 años.

## Muestreo

Estrategia híbrida de muestro para mitigar efecto de pandemia por Covid-19:

- Estrategia Física: Muestreo estratificado proporcional por zona geográfica.
- Estrategia Digital: Muestro por conveniencia.

## Cuestionario Digital

24 preguntas con tiempo de respuesta promedio de 9 minutos.



## Áreas Sociodemográficas



### Pacífico Central

- Puntarenas Centro
- Esparza
- Jacó, Garabito
- Herradura, Garabito
- Orotina

### Central - Gran Área Metropolitana

- El Carmen, San José
- Tibás
- Curridabat
- Santa Ana
- Escazú
- Belén, Heredia

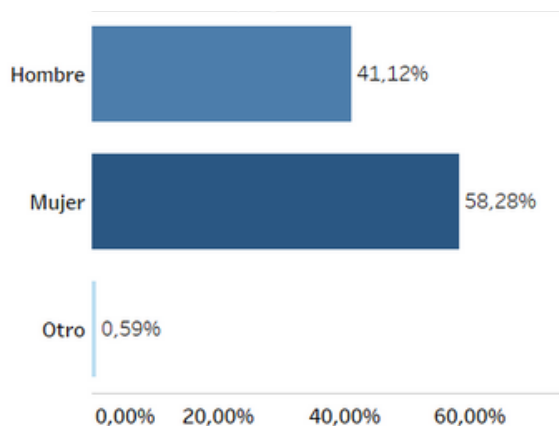
## Trabajo de Campo

339 encuestas efectivas realizadas entre el 1 de julio y 31 de diciembre 2021.

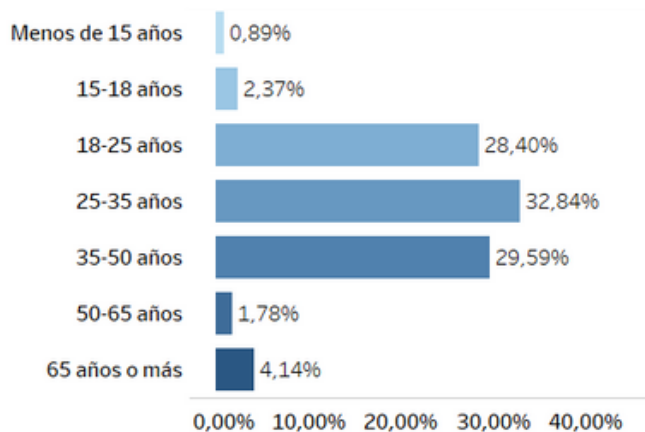
- Visitas físicas: encuestas en mercados gastronómicos, centros comerciales y eventos socioculturales como festivales y conciertos en horarios AM y PM.
- Digital: enlace compartido en grupos de redes sociales compatibles con el estudio.

# Perfil sociodemográfico del consumidor gastronómico

## Género

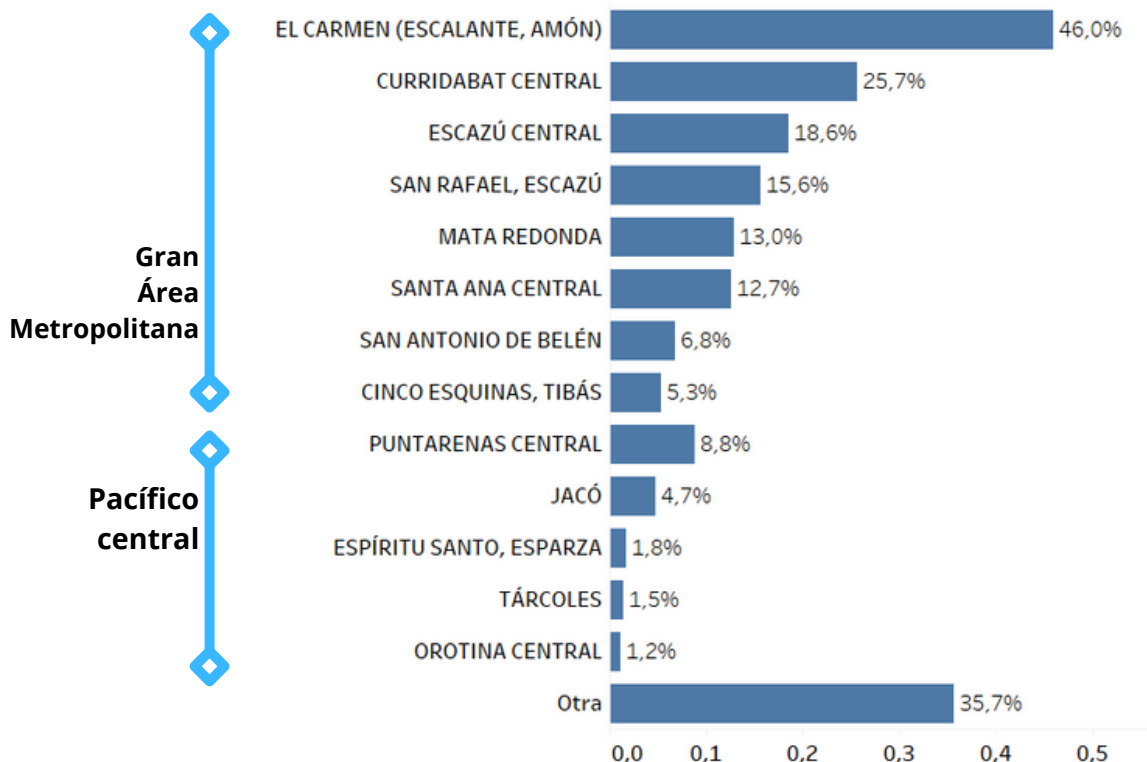


## Edad



El perfil de los y las participantes en la encuesta Gastrotico se compone mayoritariamente de mujeres (58,28%), con edades entre 18 y 50 años, incluyendo 32,84 % entre los 25 y 35 años.

## Principales zonas geográficas de consumo gastronómico

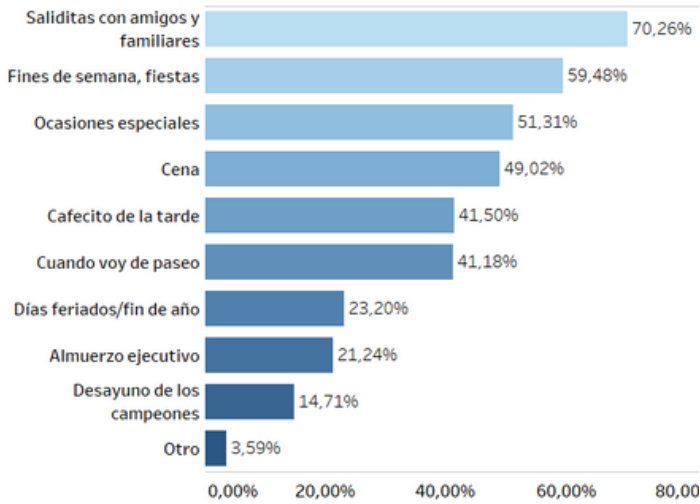


Al preguntar ¿Cuáles de las siguientes zonas sueles frecuentar para comprar o consumir bebidas o comidas? Las y los participantes afirmaron visitar el este de San José para salir a comer y beber, incluyendo Barrio Escalante y Amón (46,02%), así como Curridabat (25,66%). En el oeste de GAM, específicamente Escazú Central y San Rafael de Escazú (18,6% y 15,6%) son las zonas preferidas, seguidas de Santa Ana (12,7%) y La Sabana.

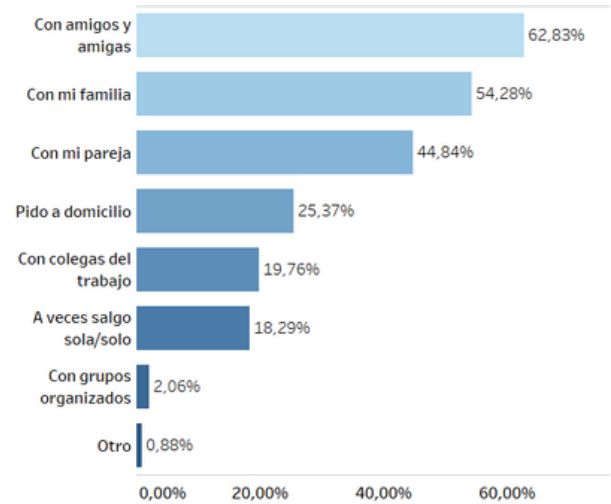
El Pacífico Central fue seleccionado por un total de 18,01% de los participantes, siendo el cantón central de Puntarenas el favorito en la región, con un 8,85%.

# Ocasiones y canales de consumo gastronómico

## Ocasiones de consumo gastronómico



## Grupos de consumo gastronómico



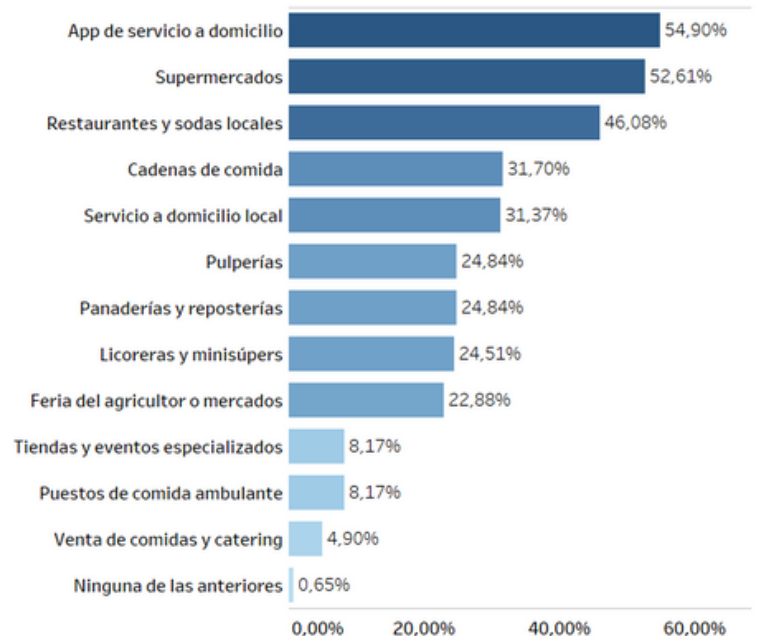
Las ocasiones de consumo gastronómico más populares son las "saliditas" con amigos y familiares con 70,26%, los momentos de ocio los fines de semana y en ocasiones especiales, como aniversarios y cumpleaños. Cuando salen, los y las ticas prefieren hacerlo con amigos, familiares y la pareja.

## Decisión de compra

Al responder a la pregunta: ¿Cómo eliges dónde ir cuando sales a comer o beber? los criterios más seleccionados son el sabor de los platillos, el "buen ambiente" y buen precio, mostrando un balance entre la calidad gastronómica, el entretenimiento y el precio. La cercanía al lugar de trabajo, la eficiencia y las relaciones personales juegan un papel secundario en la toma de la decisión.



## Canales de distribución



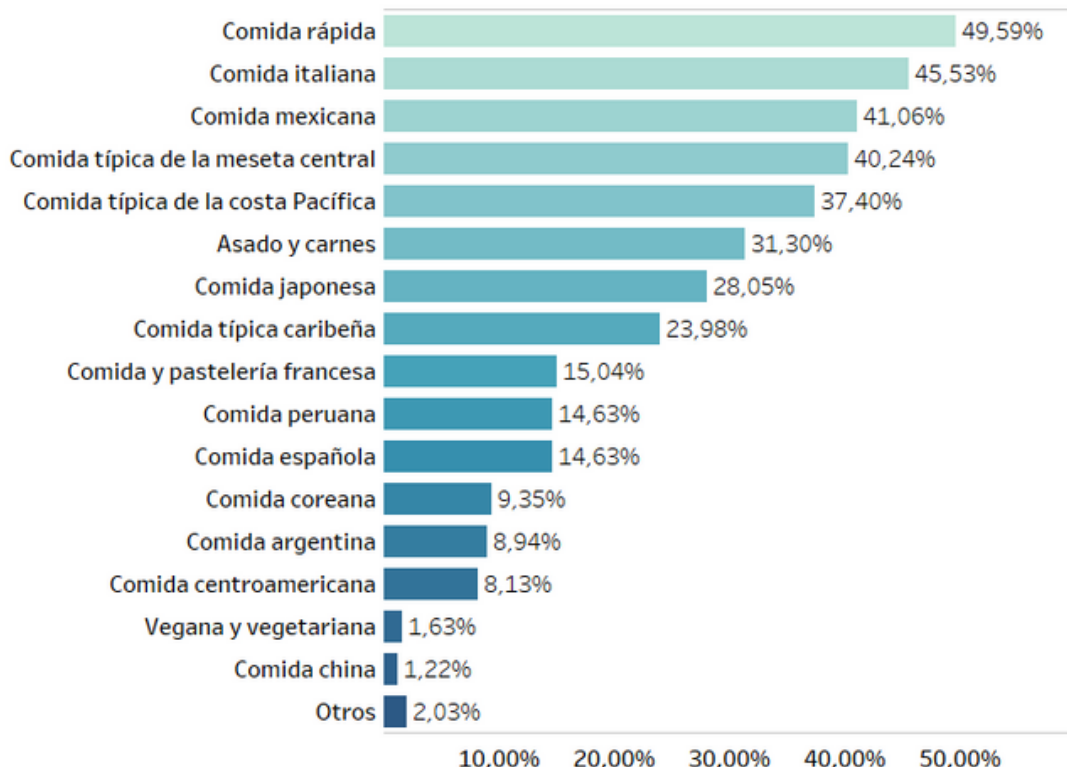
Las aplicaciones digitales se han convertido en el canal de distribución líder para entrega de servicio a domicilio con un 54,9%. Sin embargo, este canal compite con canales off-premise más tradicionales como supermercados, con 52,61 % y 45,42 % para restaurantes y sodas locales con servicio a domicilio.



# Comidas y bebidas de interés cultural preferidas

## Tipos de comida preferida por los y las consumidoras

Al responder a la pregunta de selección múltiple: ¿Cuáles son tus tipos de comida preferida? los y las gastrotríc@os seleccionaron la comida rápida, italiana y mexicana como las más populares, seguidas de comida tradicional costarricense de la meseta central y del litoral pacífico central. Destaca el crecimiento de las gastronomías asiáticas, en especial la gastronomía japonesa con 28%, y la coreana con 9,35%, números que superan cocinas más arraigadas, como la española o la argentina.



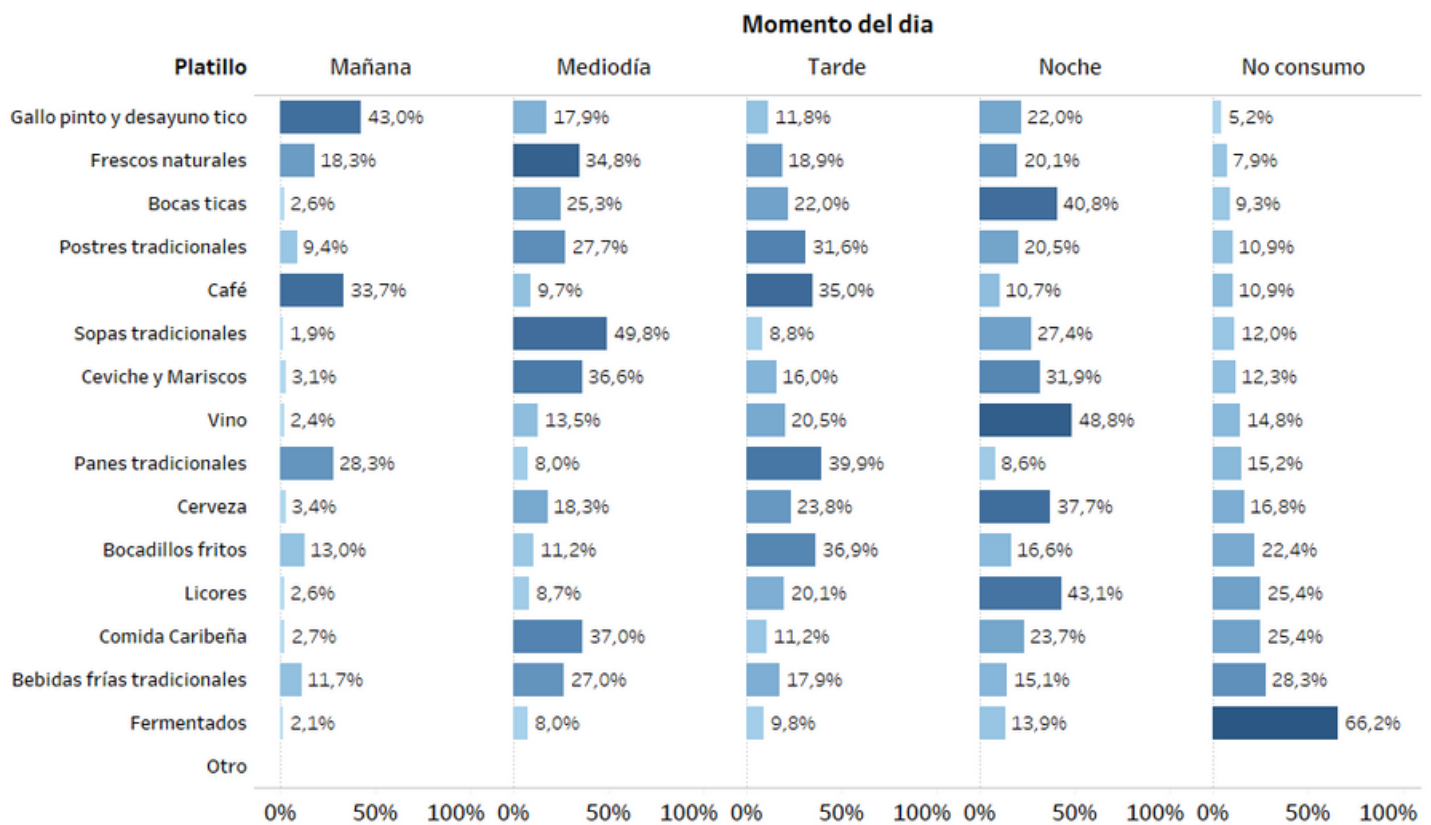
## Platillos o bebidas preferidos



Al preguntar sobre los tres platillos o bebidas que más les gusta consumir cuando si sale a comer o al pedir a domicilio, las respuestas más populares fueron: gallo pinto (22%), casados (19%), chifrijo (17%), arroces (17%), ceviche (13%) y batidos y frescos naturales (13%). La preferencia por platillos de las tradiciones locales contrasta con los tipos de comida seleccionados en la pregunta anterior, demostrando que su consumo cotidiano se encuentra aún asociado a productos gastronómicos de interés cultural del territorio. Además, se popularizan platillos internacionales como la pizza (12%), pasta (10,7%) y sushi (7,7%).

# Comidas y bebidas de interés cultural preferidas

## Consumo de gastronomía típica por momento del día



Los platillos de la gastronomía costarricense fueron catalogados según los momentos de consumo durante el día según lo sugerido por las y los participantes.

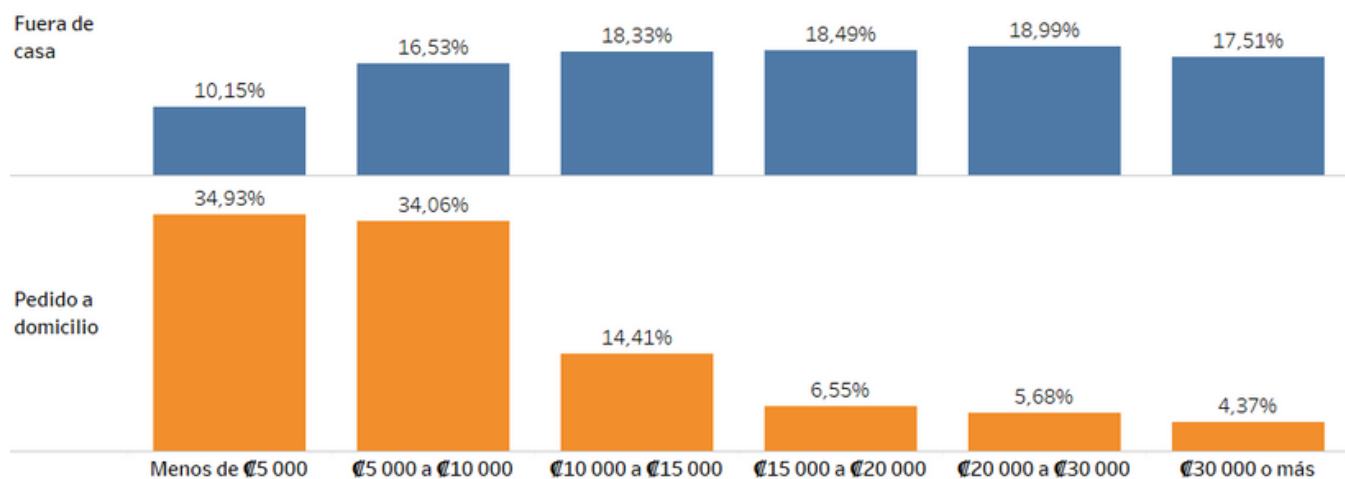
En los elementos relacionados con comidas tradicionales, se destaca el alto consumo de gallo pinto y desayuno tico, con 43%; para el almuerzo, los favoritos son las sopas tradicionales (como sopa negra, olla carne) con 49,8%, ceviche y mariscos con 36,6% y comida caribeña con 37,0%; en la tarde, panes tradicionales (39,9%) y bocadillos fritos con 36,9%. Para la cena, las "bocas" o entradas típicas lideran la intención de consumo con 49,8%, seguidas por ceviches y mariscos (31,9%) sopas tradicionales, (27,4%) y gallo pinto (22%).

En cuanto a las bebidas más consumidas, el café es uno de los elementos más importantes, ya que es seleccionado por 33,7% de los participantes en la mañana, y 35% en las tardes; los frescos y batidos naturales son consumidos por 34,8% a mediodía, y 20,1% en la noche. La cerveza tiene un perfil de consumo creciente durante el día, iniciando por 18,3% a mediodía, 23,8% en las tardes, hasta 37,7% en las noches. Por su parte, el vino muestra un consumo significativo y perfil similar, con 13,5% a mediodía, 20,5% en las tardes y 48,8% en las noches. Adicionalmente, 43,1% afirma consumir licores o destilados en las noches, mostrando la tendencia a la diversificación en el consumo de bebidas alcohólicas entre los y las consumidoras.



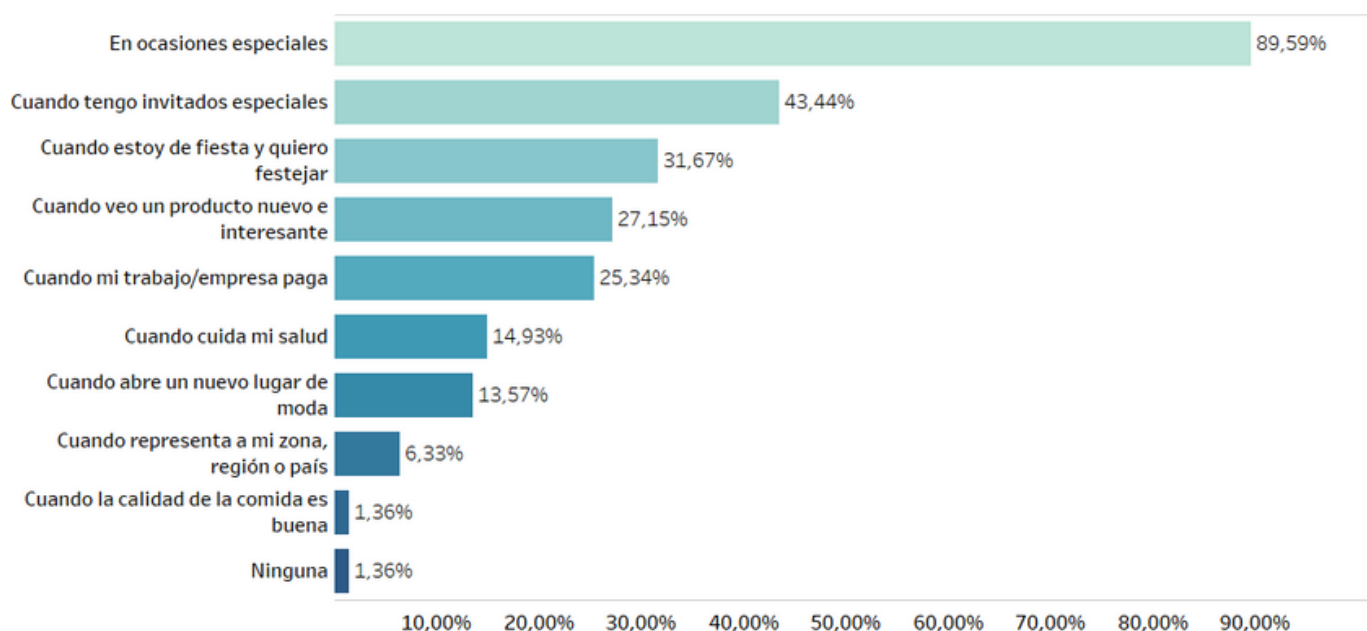
# Precio y acceso a comidas y bebidas de interés cultural

## Rangos de precio según consumidores y consumidoras



Al preguntar ¿Cuánto sueles gastar cuando comes fuera de casa o a domicilio? Se logra identificar una diferencia significativa en los precios que l@s gastronómicos están dispuestos a pagar por el consumo de gastronomía dentro y fuera de casa. Cuando sale de casa, hay disposición a pagar precios de rango medio y alto (10,000 - más de 30,000 colones por persona), mientras que a domicilio se buscan los rangos más bajos de precio (menos de 5,000 -10,000 colones por persona).

## Ocasiones de decisión de compra excepcional

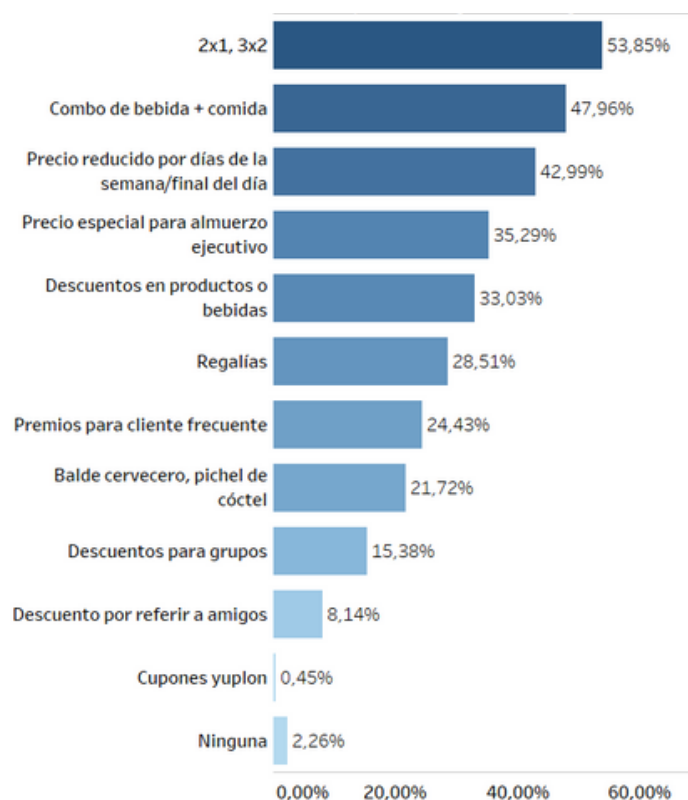


Al preguntar ¿En cuáles ocasiones estarías de acuerdo en gastar más de lo normal para comprar o consumir alguna comida o bebida especial? Las y los participantes indicaron ocasiones especiales (como cumpleaños y aniversarios) así como la presencia de invitados especiales. También destacan las ocasiones de "fiesta" y la presencia de productos o servicios innovadores.



# Precio y acceso a comidas y bebidas de interés cultural

## Aprovechamiento de ofertas y descuentos



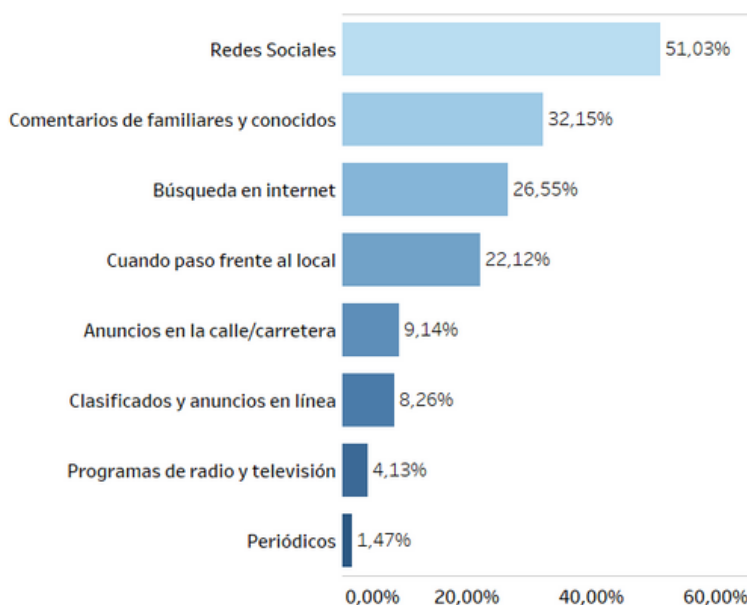
Al responder a la pregunta ¿Sueles aprovechar alguna de las siguientes ofertas? Entre las promociones más utilizadas por las y los gastronómicos se encuentran los 2x1 y 3x2 con 53,9%, combos de comida y bebida (48%) y descuentos en ciertos días de la semana (43%), seguido por precios especiales de almuerzo ejecutivo.

En general, las y los participantes muestran un alto nivel de respuesta a esta pregunta, mostrando su interés en el aprovechamiento de varias promociones, ya que solo 2,26% afirmó no utilizar ninguna de estas promociones. Además, se identificó que los referidos y el uso de cupones están entre los menos utilizados por los participantes.

## Medios más visibles de difusión para restaurantes

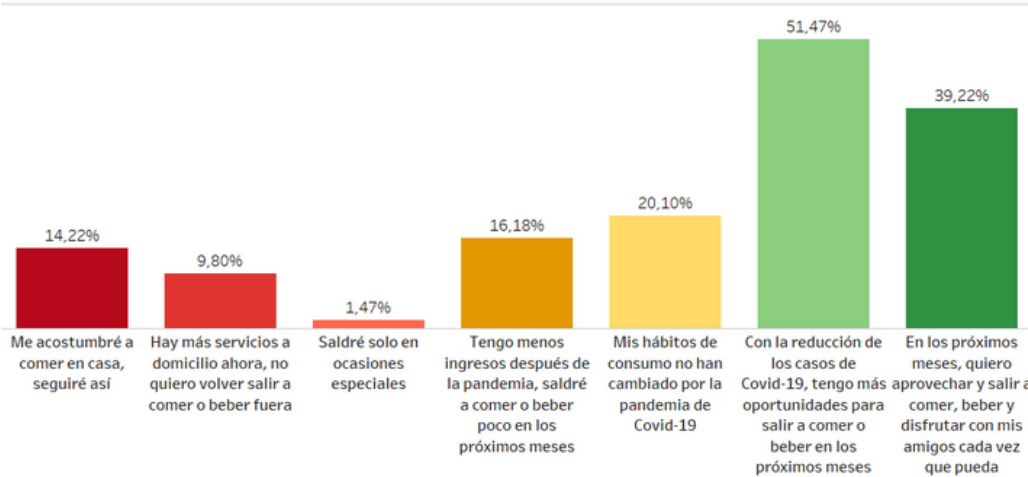
Al preguntar ¿Cómo te enteras del contacto y menú de un servicio de comidas o restaurante? Las y los participantes responden que la principal manera de conocer los productos gastronómicos disponibles es la búsqueda del menú del restaurante en redes sociales (51%).

Las referencias de familiares y conocidos y la visita física al local siguen siendo otra manera de enterarse de la oferta gastronómica (32,15% y 22,12%) seguida de la búsqueda de restaurantes y servicios en internet. Cabe destacar que las formas tradicionales de publicidad, como anuncios en carretera, programas de radio y televisión y periódicos tienen todas menos de 10% de interés, marcando un cambio hito en la transformación digital de la interacción con las y los consumidores.



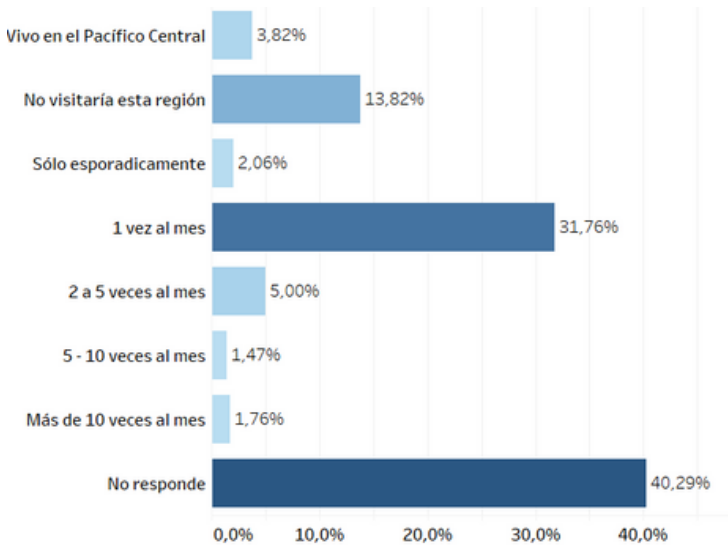
# Pandemia COVID-19 y demanda de gastronomía cultural

## Comportamiento social y gastronomía en el periodo post-pandemia



Durante el año 2021 se experimentaron múltiples olas de casos de Covid-19, y el final de la restricción vehicular sanitaria. Con el aumento del aforo en comercios, el 50,98 % de las personas encuestadas expresaron entusiasmo alto por salir a comer o beber en los primeros meses de 2022.

## Intensión de visita de la región del Pacífico central



En cuanto a las intenciones de reanudar las visitas a la región del Pacífico Central por ocio, estudio o trabajo luego de la pandemia, el 31,76% afirmó que visitaría al menos 1 vez por mes, lo que demuestra un alto potencial de reanudación de las actividades gastronómicas en esa región.

## Preferencias de consumo en la región Pacífico central



Se identificaron como los productos gastronómicos preferidos de la región Pacífico central el ceviche tradicional (40,1%), el arroz con camarones (28,3%), el granizado Churchill (25,4%) y agua de pipa (22,4%) demostrando la alta visibilidad y posicionamiento de esos platillos en el imaginario costarricense y demanda gastronómica.

# Gastrotico 2021:

## Conclusiones y recomendaciones

- Consolidación de Barrio Escalante, Curridabat y Escazú como los principales focos gastronómicos en la región Central y de Puntarenas centro en el Pacífico Central.
- Las principales protagonistas del consumo de gastronomía son la familia y los amigos, y la principal ocasión de consumo es la celebración de fechas especiales.
- Las aplicaciones digitales de comidas, los supermercados y los negocios locales son los principales canales de distribución de gastronomía a domicilio.



- Patrimonio gastronómico vivo de las y los costarricenses encuestados:

### Tipos de cocina preferidos

- Rápida
- Italiana
- Mexicana
- Costarricense Meseta Central
- Costarricense del Pacífico

### Platillos preferidos

- Gallo pinto
- Casados
- Chifrijo
- Arroces
- Ceviche
- Batidos y frescos naturales

- El costarricense está dispuesto a pagar:

#### Consumo en restaurante

**₡10,000 - ₡30,000**  
por persona

#### Consumo a domicilio

**Menos de ₡5,000 - ₡10,000**  
por persona

- Las promociones preferidas son 2x1 y 3x2, combos, descuentos en ciertos días de la semana y almuerzo ejecutivo.

- Principales canales de comunicación y atracción de demanda:

- Redes Sociales
- Comentarios de familia y amigos
- Búsquedas en línea

- "Fiestómetro" post Covid-19

Entusiasmo alto por consumir productos gastronómicos fuera de casa



- Intensión de visita región Pacífico Central:

**32%**

Visitaría 1 vez al mes

- Platillos más populares de la tradición del Pacífico Central:

- Ceviche
- Arroz con camarones
- Granizado churchill
- Agua de pipa

Título:

Perfil del consumidor gastronómico costarricense 2021

Diseño y procesamiento de datos:

Esteban Antonio Corrales Bermúdez

Daniela Arroyo Barrantes

Edición:

Daniela Arroyo Barrantes

*Proyecto de Investigación pry01-797-2021*

***Gastrotico: observatorio de los mercados de la gastronomía y bebidas como productos culturales en Costa Rica***

*Universidad de Costa Rica, Sede del Pacífico*

*El Cocal, Puntarenas, Puntarenas, Costa Rica*

*Setiembre 2022*