



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

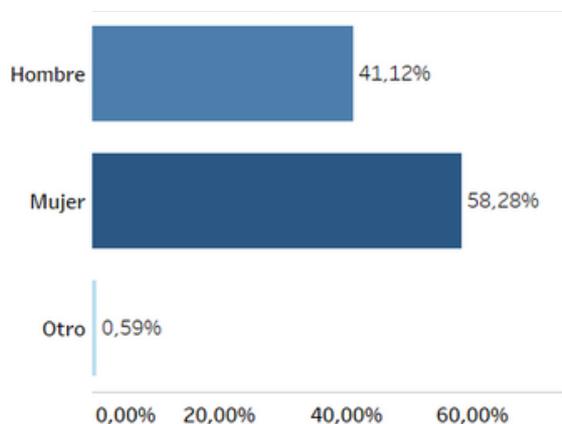
Trabajo de Campo

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

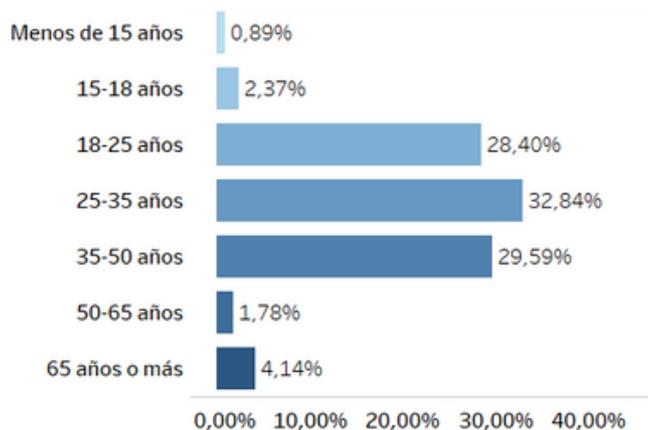
- Visitas físicas: encuestas en mercados gastronómicos, centros comerciales y eventos socioculturales como festivales y conciertos en horarios AM y PM.
- Digital: enlace compartido en grupos de redes sociales compatibles con el estudio.

Perfil sociodemográfico del consumidor gastronómico

Género

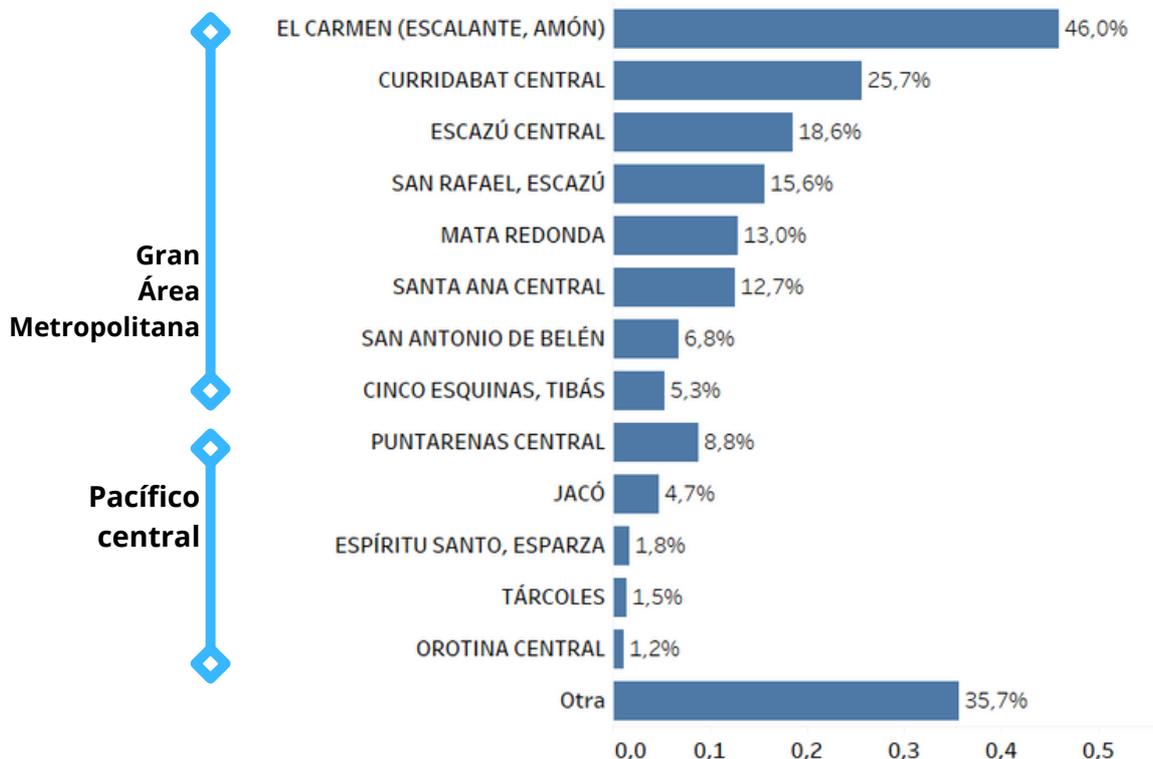


Edad



El perfil de los y las participantes en la encuesta Gastrótico 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

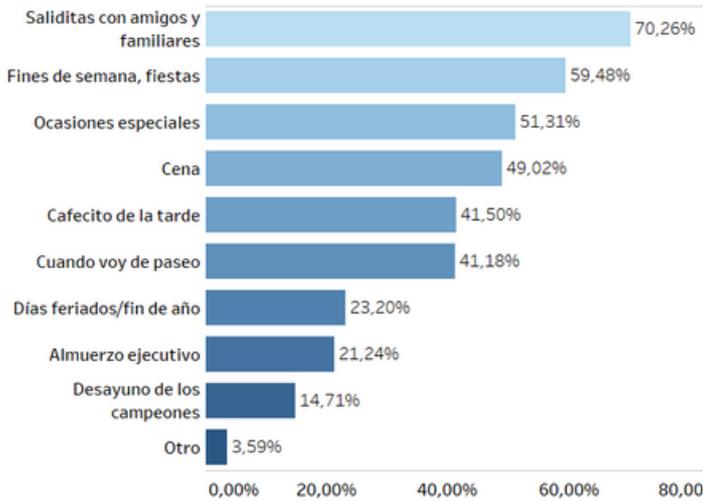


Al preguntar ¿Cuáles de las siguientes zonas sueles frecuentar para comprar o consumir bebidas o comidas? Las y los participantes afirmaron visitar el este de San José para salir a comer y beber, incluyendo Barrio Escalante y Amón (46,02%), así como Curridabat (25,66%). En el oeste de GAM, específicamente 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.

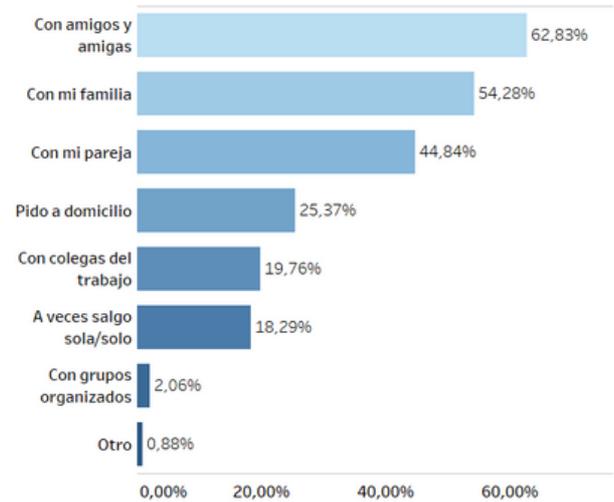
El Pacífico Central fue seleccionado por un total de 18,01% de los participantes, siendo el cantón central de Puntarenas el favorito en la región, con un 8,85%.

Ocasiones y canales de consumo gastronómico

Ocasiones de consumo gastronómico



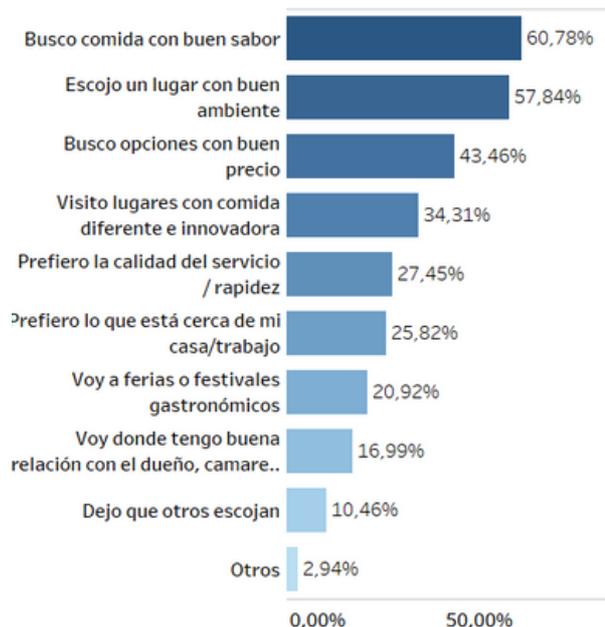
Grupos de consumo gastronómico



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

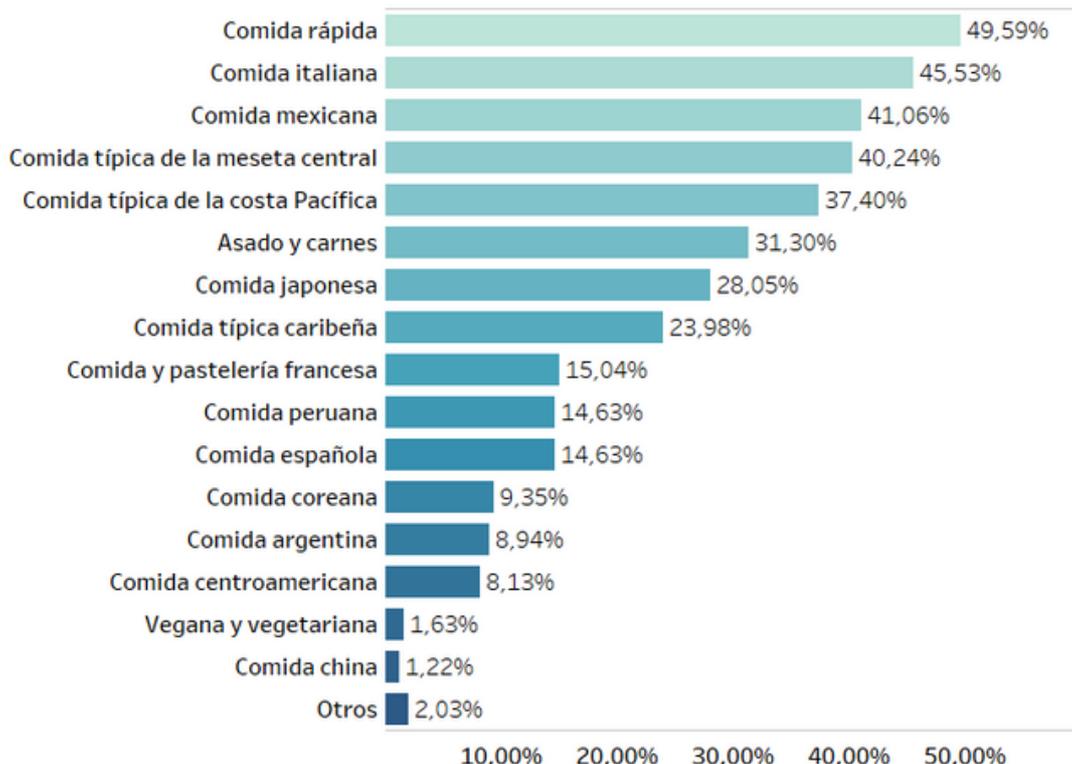


Las aplicaciones digitales se han convertido en el canal de distribución líder para entrega de servicio a domicilio con un 54,9%. Sin embargo, este canal compite con canales off-premise más tradicionales como supermercados, con 52,61 % y 45,42 % para restaurantes y sodas locales con servicio a domicilio.

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.



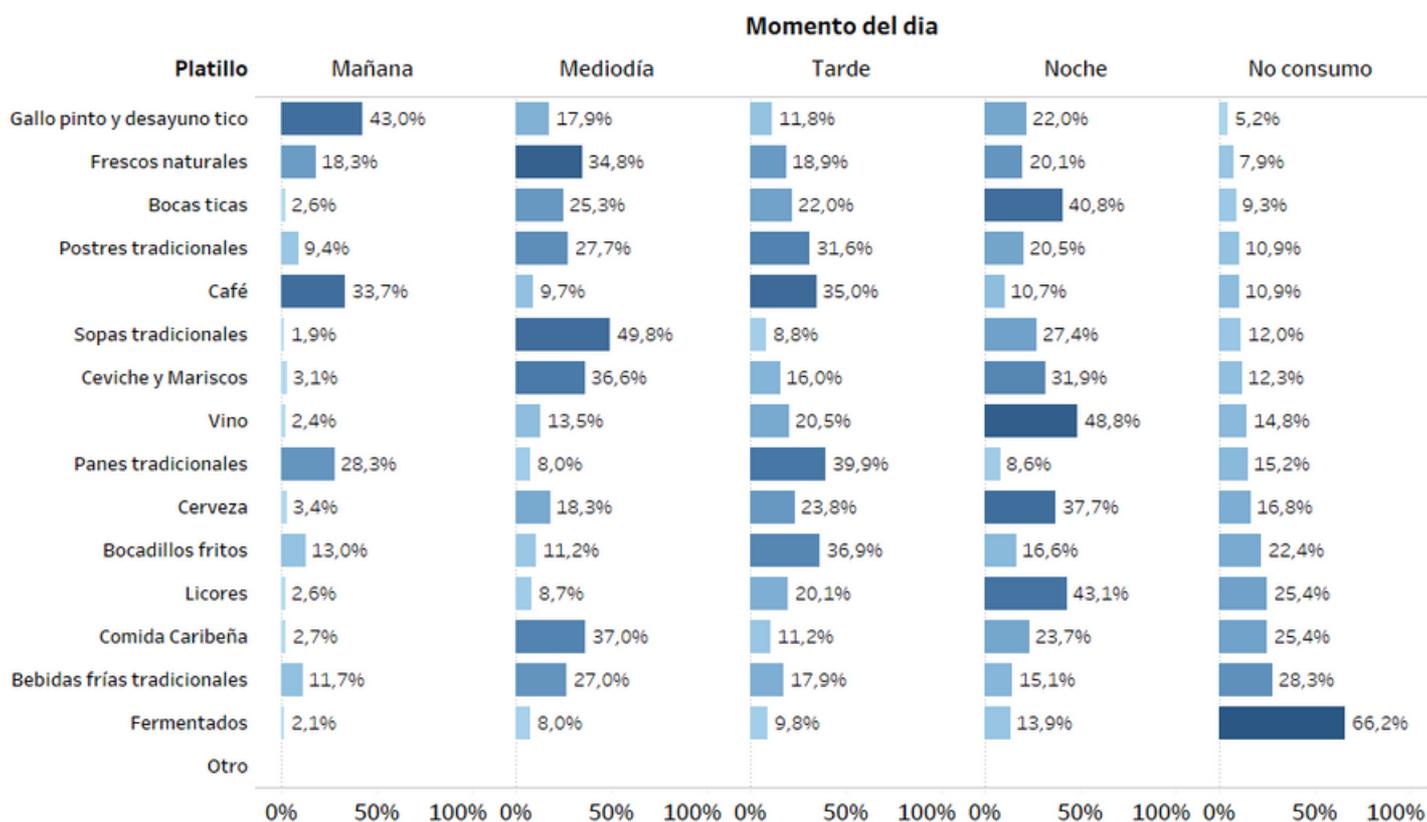
Platillos o bebidas preferidos



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



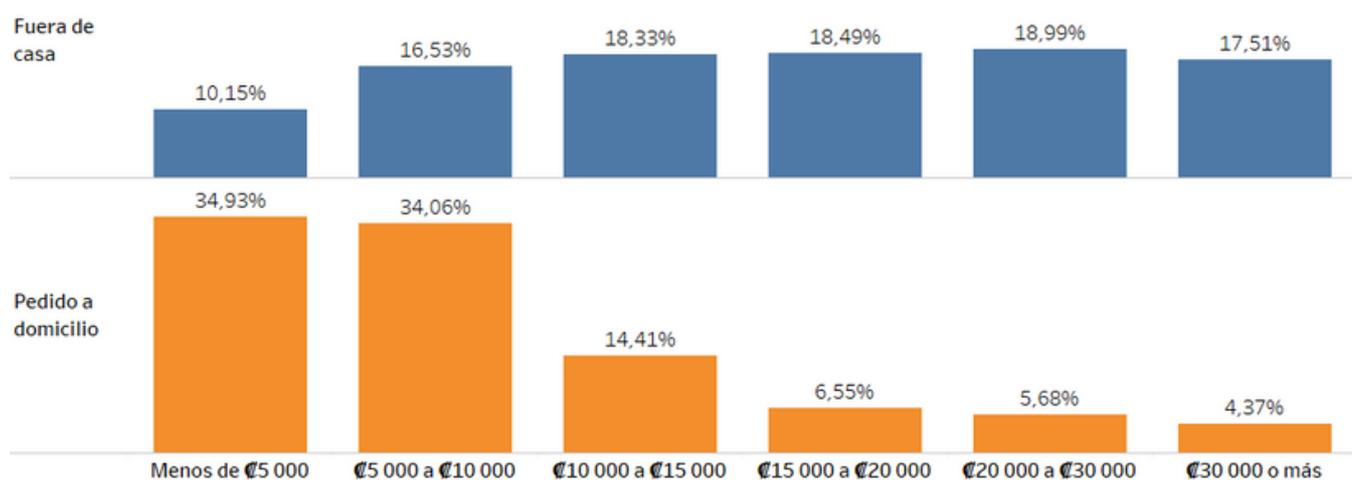
Los platillos de la gastronomía costarricense fueron catalogados según los momentos de consumo durante el día según lo sugerido por las y los participantes.

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.

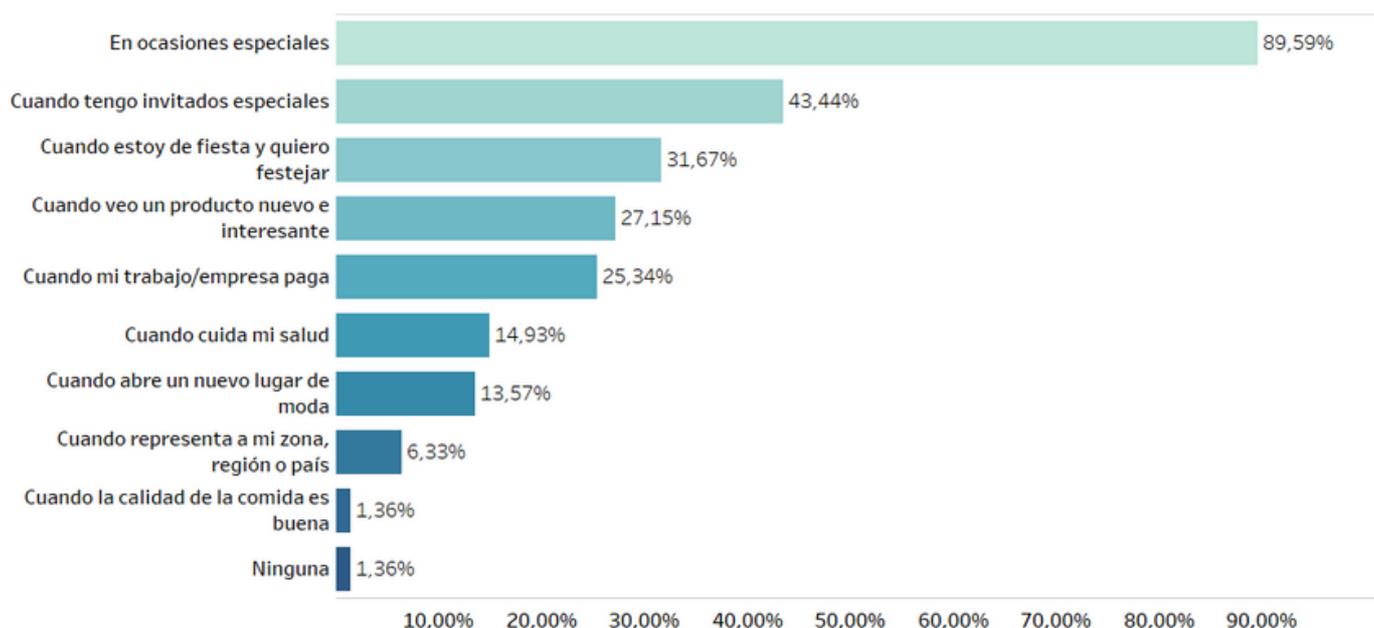
Precio y acceso a comidas y bebidas de interés cultural

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 gastrotic@s 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).

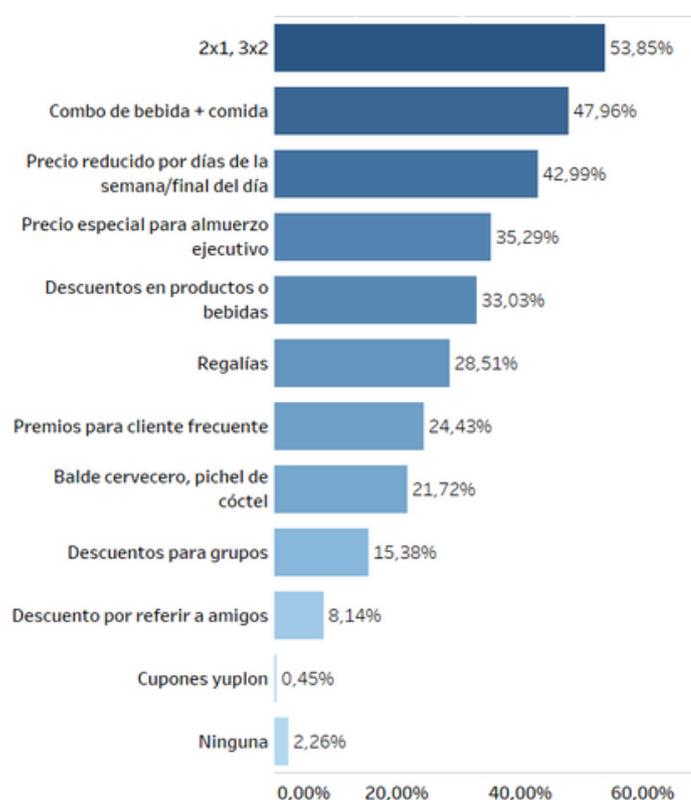
Ocasiones de decisión de compra excepcional



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



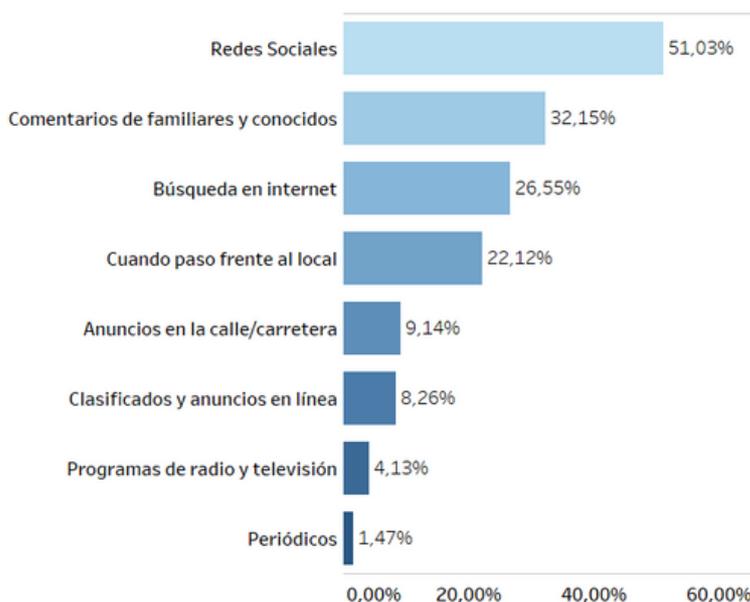
Al responder a la pregunta ¿Sueles aprovechar alguna de las siguientes ofertas? Entre las promociones más utilizadas por las y los gastronómicos se encuentran los 2x1 y 3x2 con 53,9%, combos de comida y bebida (48%) y descuentos en ciertos días de la semana (43%), seguido por precios especiales de almuerzo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

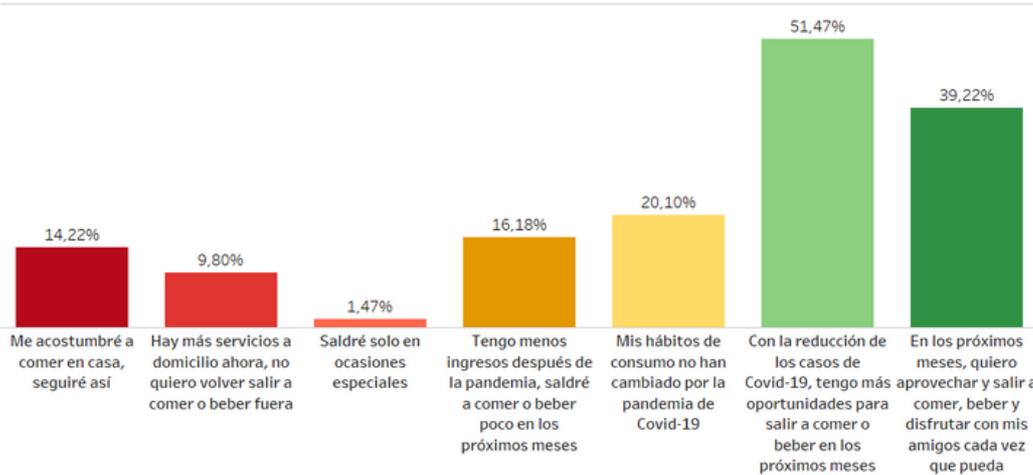
Al preguntar ¿Cómo te enteras del contacto y menú de un servicio de comidas o restaurante? Las y los participantes responden que la principal manera de conocer los productos gastronómicos disponibles es la búsqueda del menú del restaurante en redes sociales (51%).

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.



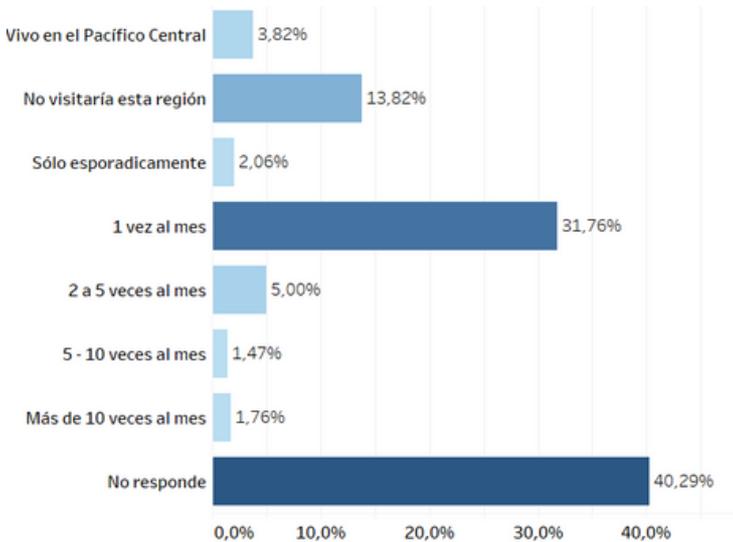
Pandemia COVID-19 y demanda de gastronomía cultural

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
- Arrozos
- 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