



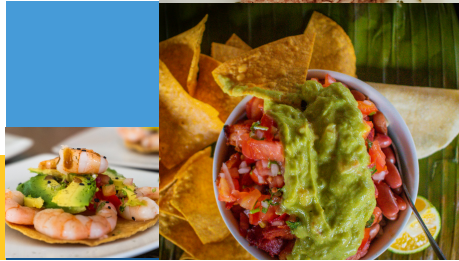
UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

Perfil del consumidor gastronómico costarricense

2022

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

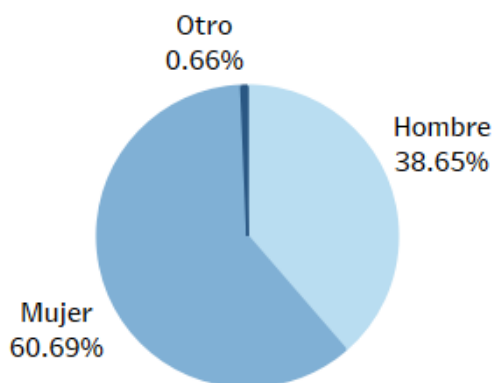
Trabajo de Campo

608 encuestas efectivas realizadas entre el 1 de mayo y 22 de diciembre 2022.

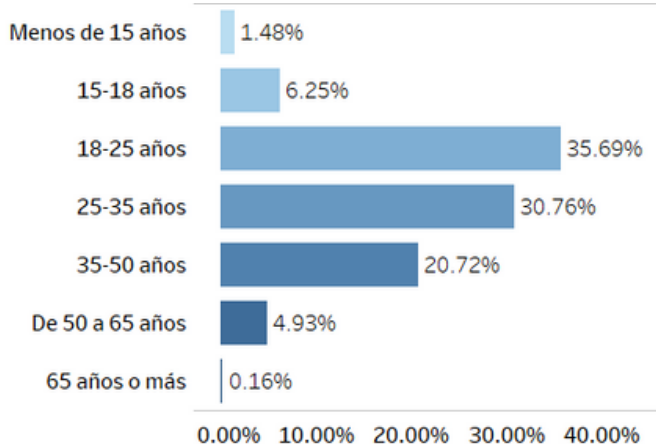
- Visitas físicas: encuestas en mercados gastronómicos, centros comerciales y eventos socioculturales como festivales y conciertos en horarios AM y PM.
- Digital: enlace compartido en grupos de redes sociales compatibles con el estudio.

Perfil sociodemográfico del consumidor gastronómico

Género

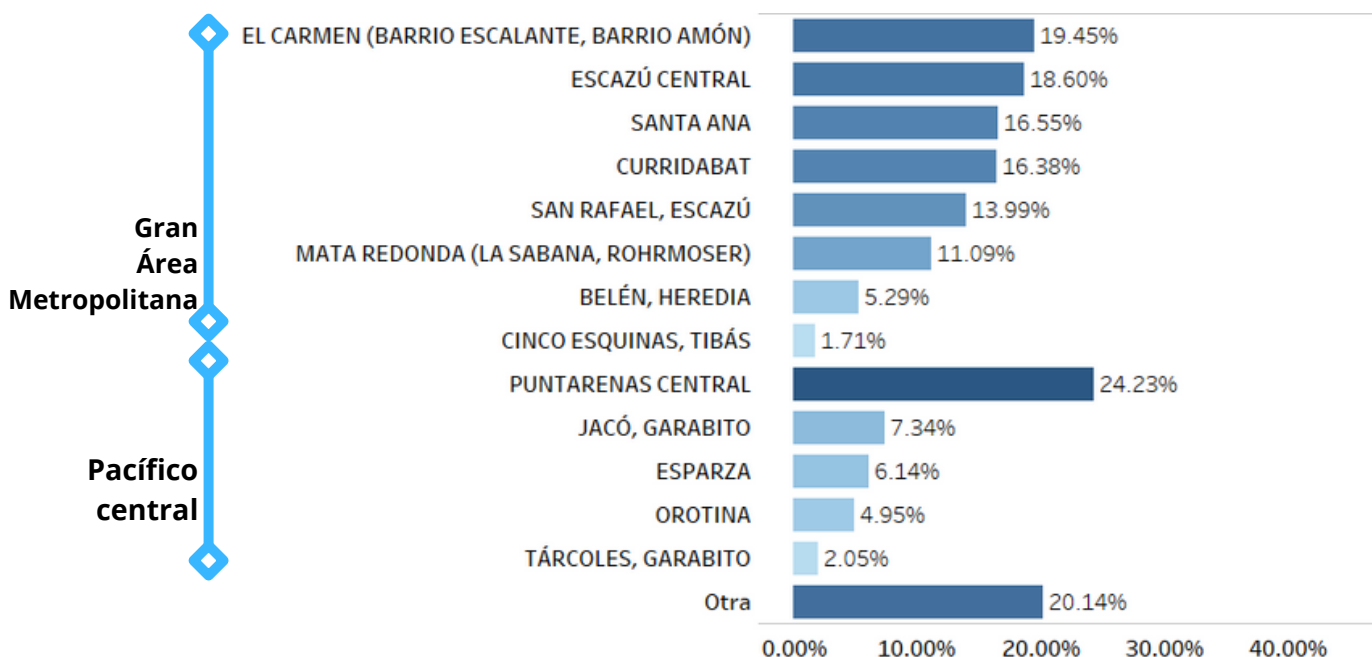


Edad



El perfil de los y las participantes en la encuesta Gastrotico se compone mayoritariamente de mujeres (60,69%), con edades entre 18 y 50 años, incluyendo 66,45 % entre los 18 y 35 años.

Principales zonas geográficas de consumo gastronómico

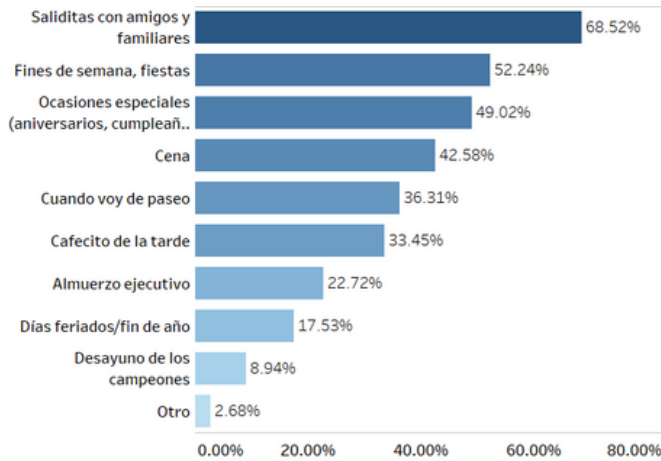


Al preguntar ¿cuáles de las siguientes zonas sueles frecuentar para comprar o consumir bebidas o comidas? se observa una amplia variabilidad de las zonas seleccionadas. Barrio Escalante y Amón caen de 46,02% en 2021 a 19,45% en 2022, y Curridabat desciende de 25,66% a 16,38% en 2022. En el oeste de GAM, Escazú Central (18,60%) y San Rafael de Escazú (13,99%) se mantienen como el principal polo de atracción, seguidos por Santa Ana (16,55%). El 20,14% de los participantes mencionaron otras zonas de interés, como San Pedro de Montes de Oca, Heredia centro y Alajuela centro, entre otros.

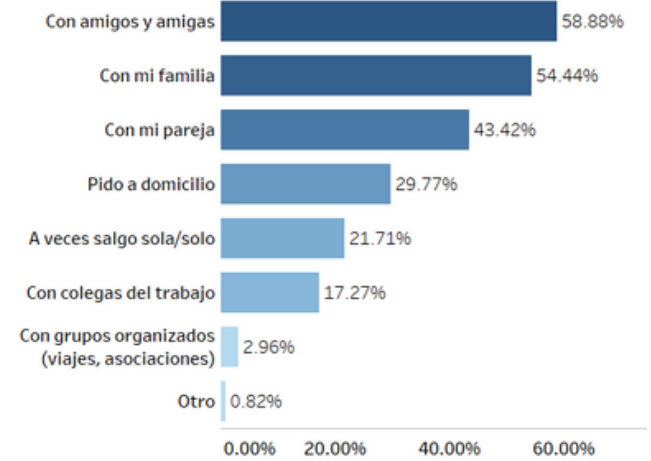
En el Pacífico central se mantiene Puntarenas centro como principal zona de atracción gastronómica, subiendo a 24,23%, seguido por Jacó en 7,34%.

Ocasiones y canales de consumo gastronómico

Ocasiones de consumo gastronómico



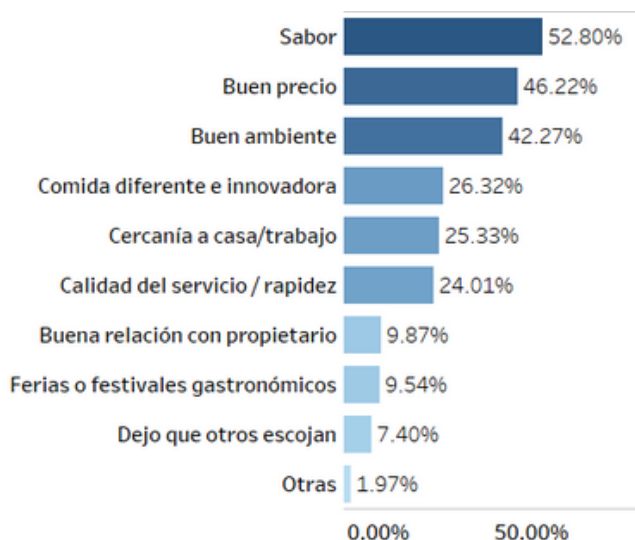
Grupos de consumo gastronómico



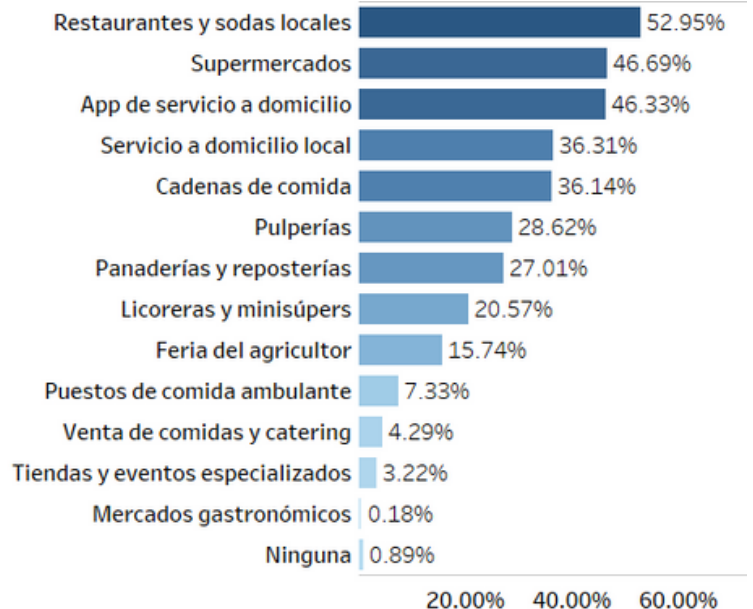
Las ocasiones de consumo gastronómico más populares son las "saliditas" con amigos y familiares con 68,52%, seguido por fines de semana, fiestas y ocasiones especiales, como aniversarios y cumpleaños. Cuando salen, los y las ticas prefieren hacerlo con amigos, familiares y la pareja. Ambas tendencias confirman los resultados obtenidos en 2021.

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 precio y el "buen ambiente", mostrando un balance entre la calidad gastronómica, el entretenimiento y el precio. La cercanía al lugar de trabajo, la eficiencia del servicio, la innovación gastronómica y las relaciones personales juegan un papel secundario en la toma de la decisión.



Canales de distribución

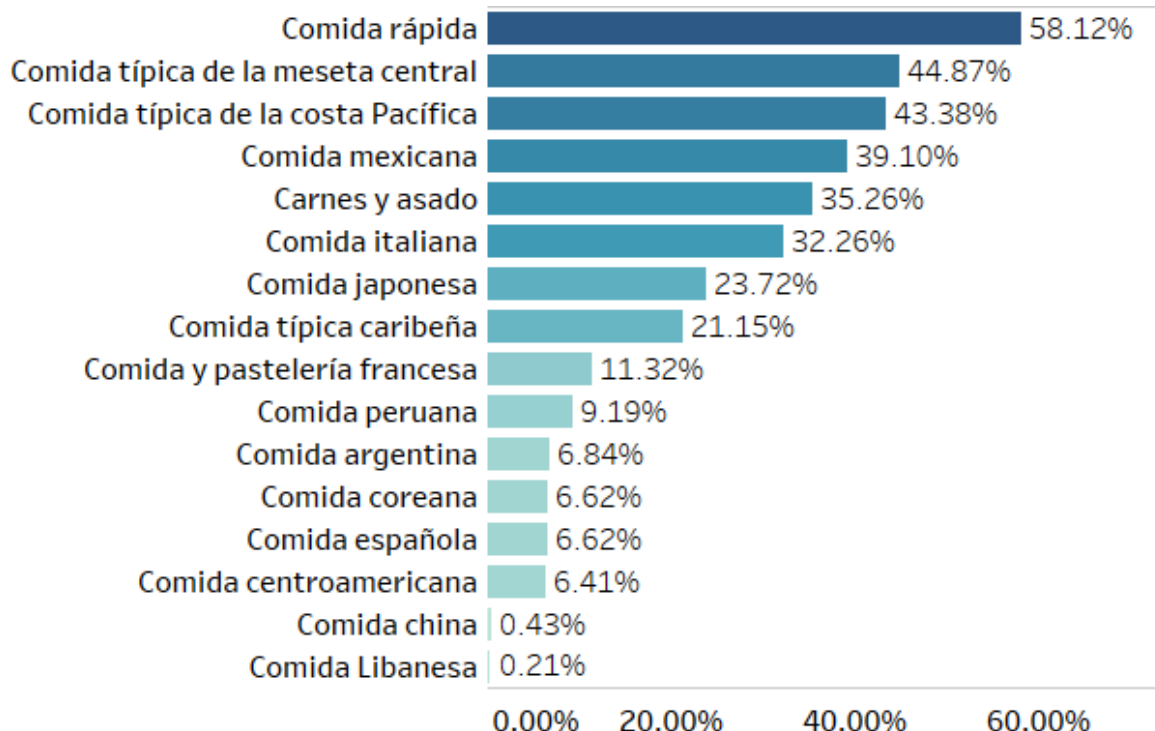


Luego del fin de las medidas de restricción vehicular por la pandemia de Covid-19, los restaurantes, sodas locales y supermercados retomaron el liderazgo en los canales de distribución. Sin embargo, las aplicaciones digitales de servicio a domicilio son elegidas por 46,33% de los participantes respecto a 54,9% del año anterior, demostrando la continuidad en el uso de ese servicio para un sector importante de la población.

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 gastrotic@s seleccionaron la comida rápida, y se consolidan la comida tradicional costarricense de la Meseta Central y del litoral Pacífico Central. Sube la preferencia por carnes y asados respecto al 2021 (De 31,3% a 35,26%). Se mantiene estable la preferencia por la comida mexicana; desciende la comida italiana, de 45,53% a 32,26%. y la comida japonesa de 28,05% a 23,72%.



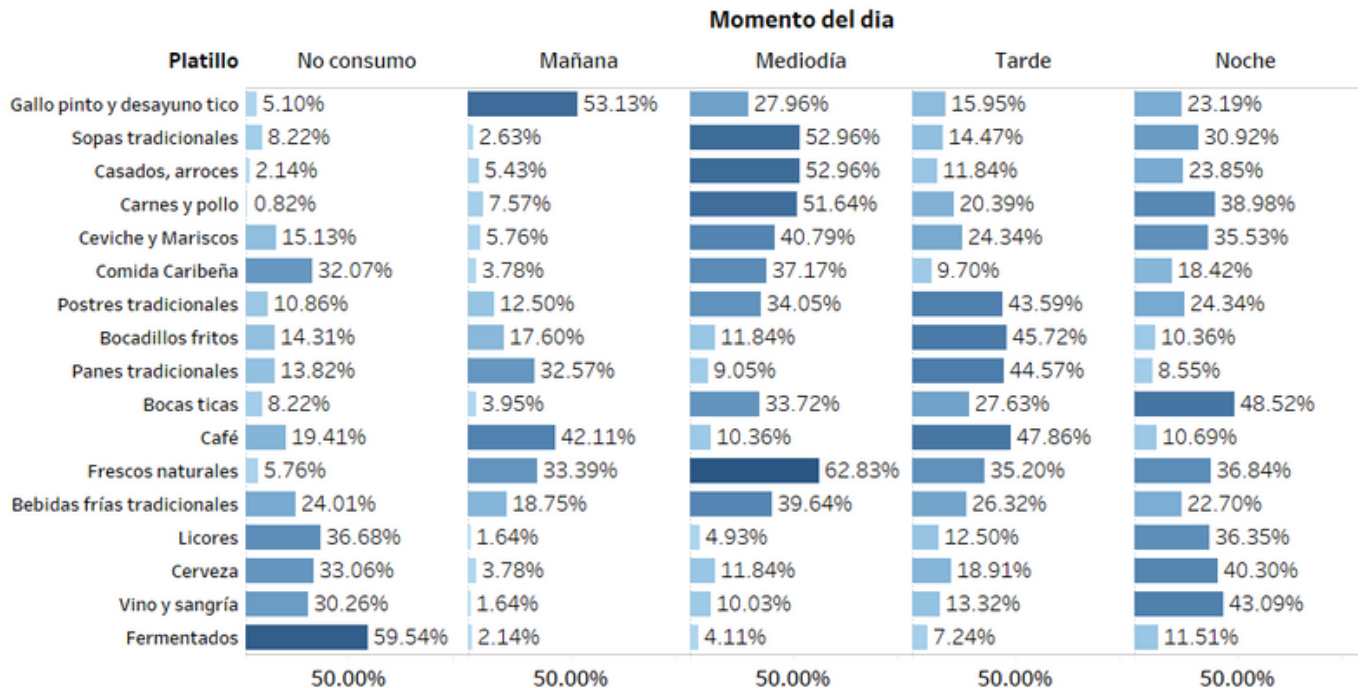
Platillos o bebidas preferidos



Al preguntar sobre los tres platillos o bebidas que más les gusta consumir cuando se sale a comer o al pedir a domicilio, las respuestas más populares fueron: casado (19,4%), gallo pinto (14,64%), ceviche (14,31%), chifrijo (13,65%) y pizza (9,21%), lo que confirma la cercanía de la identidad costarricense no sólo a platos más tradicionales como el casado, sino a su reinventación moderna como el chifrijo y la incorporación de comida rápida en el imaginario costarricense. Además, se mantiene la alta popularidad del ceviche tradicional de Pacífico central como uno de los productos más populares entre l@s gastrotic@s.

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.

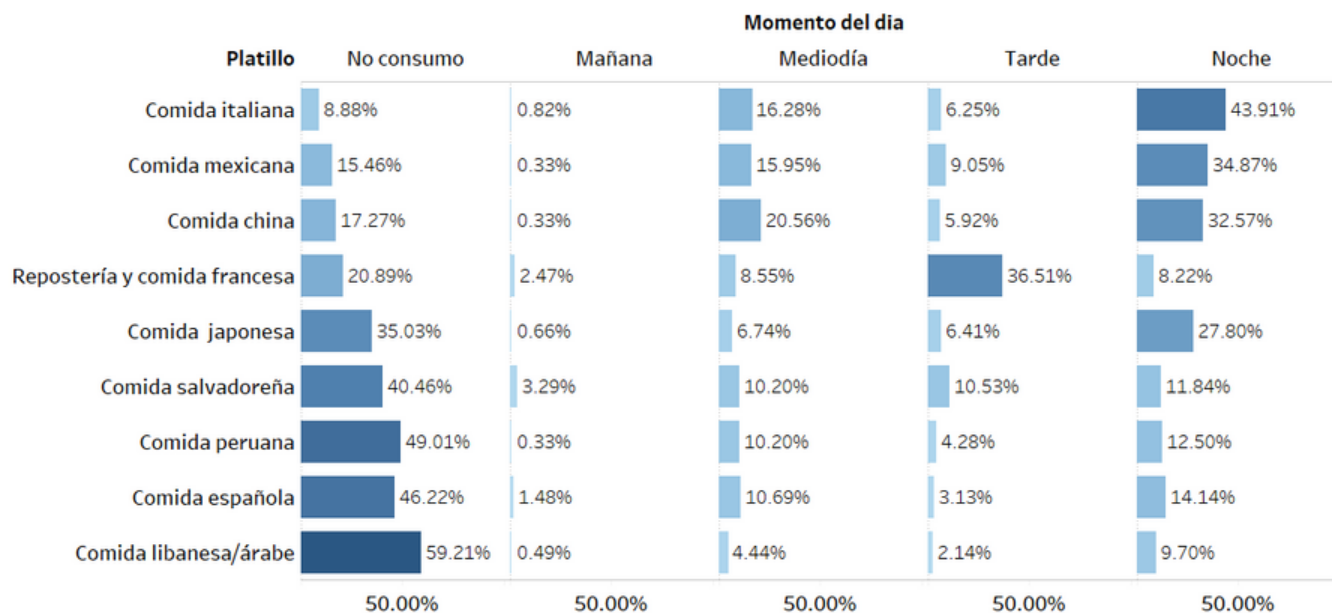
Se destaca el alto consumo de gallo pinto y desayuno tradicional, que se elevó de 43% a 53,13% de 2021 a 2022. Para el almuerzo, se mantienen como favoritas las sopas tradicionales (como sopa negra, olla carne) con 52,96% y los ceviches y mariscos con 51,64%, pero aumenta la demanda de casado y arroces tradicionales con 52,96% y de carnes y pollo con 51,64%. Se mantiene además la comida caribeña con 37%. En la tarde, aumenta el consumo de panes tradicionales de 39,9% a 44,57% y bocadillos fritos de 36,9% a 45,72%. Para la cena, se consolidan las "bocas" o entradas típicas con 48,52%, crece el interés por carnes y pollo (38,98%), ceviches y mariscos (35,53%), sopas tradicionales (30,92%) y el gallo pinto (23,19%). En general, se puede observar existe un mayor interés por diferentes categorías de comidas típicas, y un aumento importante en el consumo de proteínas. "Más apetito y más diversidad en las cocinas tradicionales" es la frase que representa los principales cambios respecto a 2021.

En cuanto a las bebidas más consumidas, el café es preferido por 42,11% de los participantes en la mañana, y 47,86% en las tardes. Además 62,83% de los participantes afirma consumir frescos naturales y 39,64% bebidas tradicionales como horchata o resbaladera a mediodía y existen porcentajes importantes de consumo por la tarde y noche.

La cerveza mantiene un perfil de consumo creciente durante el día, como en el 2021; sin embargo, en las noches aumenta la intención de consumo de 37,7% en 2021 a 40,30% en 2022. El vino y la sangría muestra un consumo popularizado y similar al de la cerveza, con 43,09% de intención de consumo en las noches. Adicionalmente, 36,35% afirma consumir licores o destilados en las noches, confirmando la tendencia a la diversificación en el consumo de bebidas alcohólicas.

Comidas y bebidas de interés cultural preferidas

Consumo de gastronomía internacional por momento del día



La comida italiana sigue siendo líder con 43,91%, aunque con una reducción de 6 puntos porcentuales respecto al año anterior. Se mantiene la comida mexicana, y se reduce la comida china de 50% a 32,57% en la noche. Se reduce ulteriormente la preferencia por otros tipos de gastronomía, como la peruana, salvadoreña, española y libanesa/medio oriental. Respecto al 2021, existe un patrón diferente a la hora de consumir cocinas internacionales, las cuales se concentraban con mayor claridad en la hora de la cena en 2021. En 2022, ciertos tipos de comida se asocian con la hora del almuerzo, como la comida china o italiana, lo cual puede deberse al retorno del trabajo presencial después de la pandemia por Covid-19.

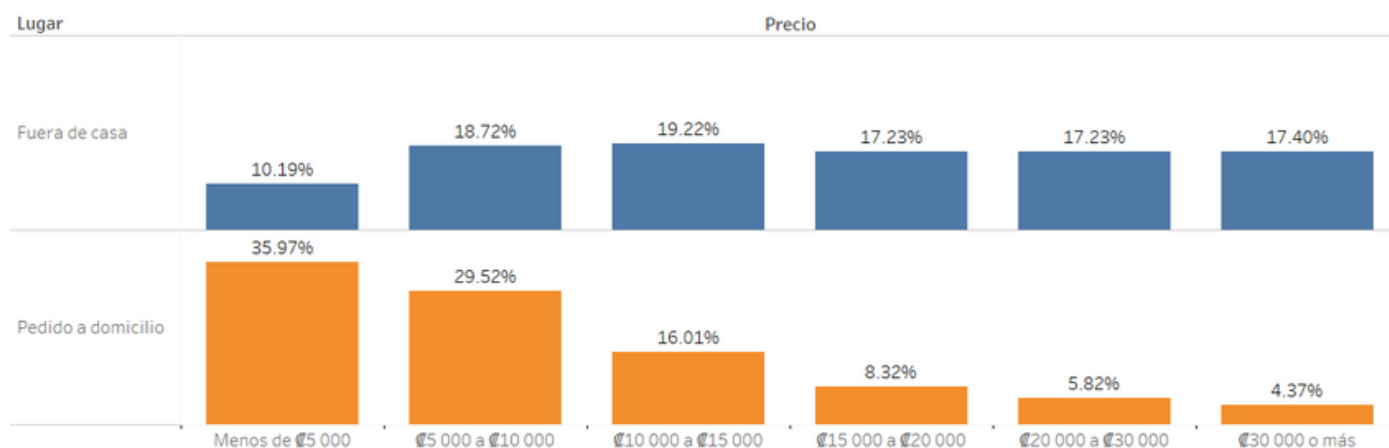
Demanda de nuevos servicios y productos gastronómicos

Al responder a la pregunta abierta "si un nuevo local o restaurante abriera en tu zona, ¿qué tipo de comida o bebida cultural te gustaría que vendiera?" el platillo más popular en todas las localidades fue el ceviche (15,63%), seguido los batidos y frescos naturales (13,49%) y el vigorón (10,03%). Siendo también los platillos más solicitados del año 2021, estos podrían ser identificados como entre los más actuales y demandados del patrimonio gastronómico "vivo" de las comunidades estudiadas, y evidencian la popularidad de ciertas comidas del Pacífico Central, como el ceviche o el vigorón.



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 confirmar una diferencia significativa y constancia en los precios que l@s gastrotic@s están dispuestos a pagar por el consumo de gastronomía dentro y fuera de casa respecto al 2021. Cuando se sale de casa, hay disposición a pagar precios de rango medio y alto (5,000 - 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? Se mantienen las ocasiones especiales (como cumpleaños y aniversarios) y la presencia de invitados especiales como principales motivaciones de alto consumo, seguidas por las ocasiones de "fiesta", productos o servicios innovadores y comidas corporativas.

Precio y acceso a comidas y bebidas de interés cultural

Aprovechamiento de ofertas y descuentos



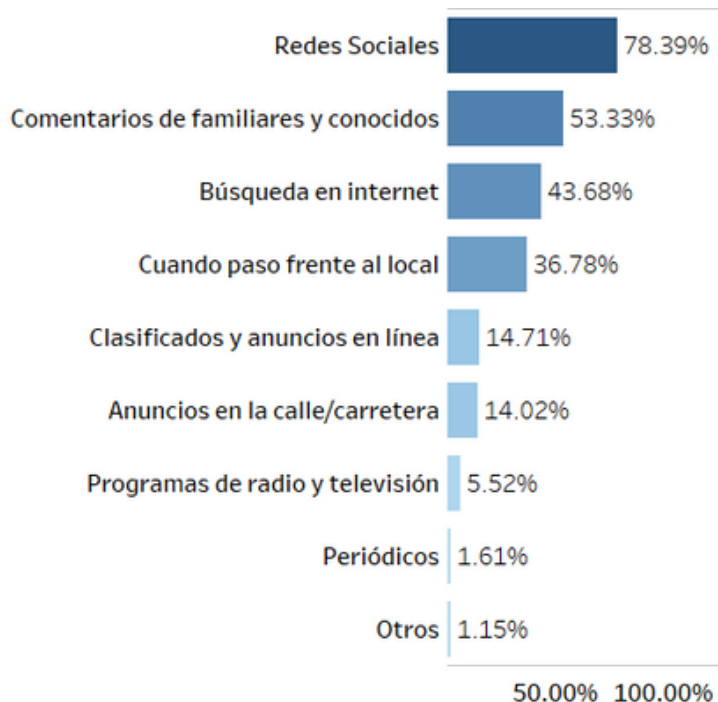
A l@s gastrotríc@s les encantan las ofertas y los descuentos. Al responder a la pregunta, ¿sueles aprovechar alguna de las siguientes ofertas? las promociones más populares entre los participantes fueron: combos de comida y bebida (58,62%), 2x1 y 3x2 con 56,55%, y descuentos en ciertos días de la semana (44,37%).

Solo 1,15% afirmó no utilizar ninguna de estas promociones. Los referidos, descuentos con tarjeta de crédito o débito y los cupones siguen siendo los menos utilizados por los participantes.

Medios más visibles de difusión para restaurantes

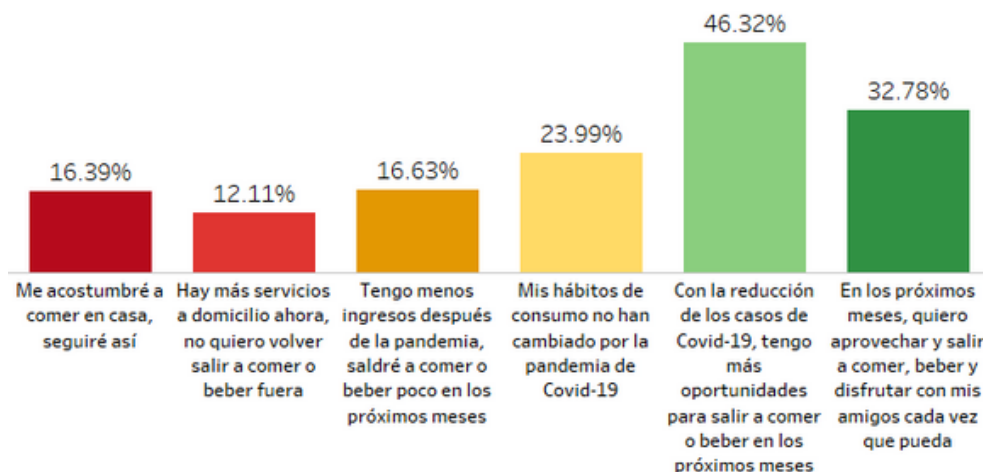
Al preguntar, ¿Cómo te enteras del contacto y menú de un servicio de comidas o restaurante? Las y los participantes responden que el principal medio para conocer un servicio gastronómico es la búsqueda en redes sociales, el cual incrementó de 51% a 78,39%. Las recomendaciones de familiares y conocidos (53,33%) y la búsqueda de restaurante en internet (43,68%) son también formas significativas de difusión.

Otros métodos de publicidad, como anuncios en carretera, programas de radio y televisión y periódicos mantienen un interés medio-bajo, subrayando el proceso de transformación digital de la interacción con las y los consumidores gastronómicos.



Pandemia COVID-19 y demanda de gastronomía cultural

Comportamiento social y gastronomía en el periodo post-pandemia

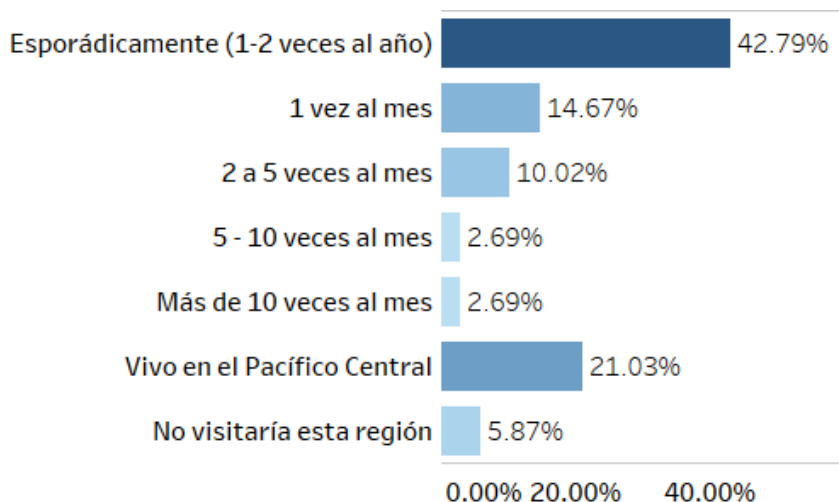


Con la vuelta a la normalidad luego de la restricción vehicular sanitaria, se mantiene un entusiasmo medio-alto por el consumo de comidas y la celebración fuera de casa. Es importante notar que 28,5% aún prefiere quedarse en casa, ya sea por costumbre o debido a la oferta de nuevos productos a domicilio.

Intensión de visita de la región del Pacífico central

El 42,79% de los participantes afirma que desea visitar el Pacífico Central sólo esporádicamente, es decir, 1 o 2 veces al año.

Además, el porcentaje de participantes que afirmaron desear visitar 1 vez al mes se redujo de 31,76 en 2021 a 14,67% en 2022, mostrando un descenso en el potencial de reanudación de las actividades de turismo gastronómico 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 (36,84%), el granizado Churchill (34,21%) y el arroz con camarones (29,61). Estos son los platos preferidos en 2021 también, confirmando la alta visibilidad y posicionamiento de esos platillos en el imaginario costarricense y en la demanda gastronómica.

Gastrotico 2022:

Conclusiones y recomendaciones

- Diversificación de las principales zonas de consumo gastronómico en la región Central y consolidación de percepción de Puntarenas centro como polo de atracción gastronómico en el Pacífico Central.
- Como principales protagonistas del consumo gastronómico se mantienen la familia y los amigos, y la principal ocasión de consumo es la celebración de fechas especiales.
- Restaurantes y sodas locales y supermercados son los principales canales de distribución de gastronomía. Las aplicaciones digitales mantienen participación importante con 43,26%



- Patrimonio gastronómico "vivo" de las y los costarricenses encuestados:

Tipos de cocina preferidos

- Rápida
- Costarricense Meseta Central
- Costarricense del litoral Pacífico
- Carnes y Asados
- Mexicana
- Italiana

Platillos preferidos

- Casado
- Gallo pinto
- Ceviche
- Chifrijo
- Pizza

- 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 combos, de bebida y comida, 2x1 y 3x2, y descuentos en ciertos días de la semana.

- Principales canales de comunicación y atracción de demanda gastronómica:

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

- "Fiestómetro" post Covid-19

Entusiasmo medio-alto por consumir productos gastronómicos fuera de casa



- Intensión de visita región Pacífico Central:

43%

Visitaría sólo esporádicamente

- Platillos más populares de la tradición del Pacífico Central:

- Ceviche
- Granizado Churchill
- Arroz con camarones
- Pescado frito

Título:

Perfil del Consumidor Gastronómico Costarricense 2022

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

Diciembre 2022

