

La pandemia impulsó un 40% los pedidos de comida a domicilio

La pandemia impulsó un 40 % los pedidos de comida a domicilio y el número de restaurantes que se han sumado a este modelo a través de Just Eat se ha duplicado en 2020, hasta superar los 20.000, según los datos de la novena edición del gastrómetro que realiza esta plataforma.

Efeagro

[Just Eat](#) cuenta con más de 2,5 millones de usuarios y 20.000 restaurantes en [España](#), la mitad nuevas incorporaciones, y durante el 2020 facturó 54,7 millones, según ha recordado su director general, Patrik Bergareche.

En conjunto, el sector del **'delivery'** prevé cerrar 2021 con un volumen de negocio de 1.079 millones de euros, un 15,9 % más que el año anterior, y mantener un crecimiento sostenido hasta alcanzar los 1.590 millones en 2025.

Tendencias: Desayuno, gourmet y en el móvil

El informe sobre las tendencias de comida a domicilio de Just Eat, el Gastrómetro 2021, resalta algunas tendencias como el incremento de **los pedidos de desayunos -hasta un 464 %-**, pese a que sólo representan el 5 % del total.

Es una consecuencia directa del teletrabajo, si bien la cena sigue aglutinando el 62 % de los pedidos.

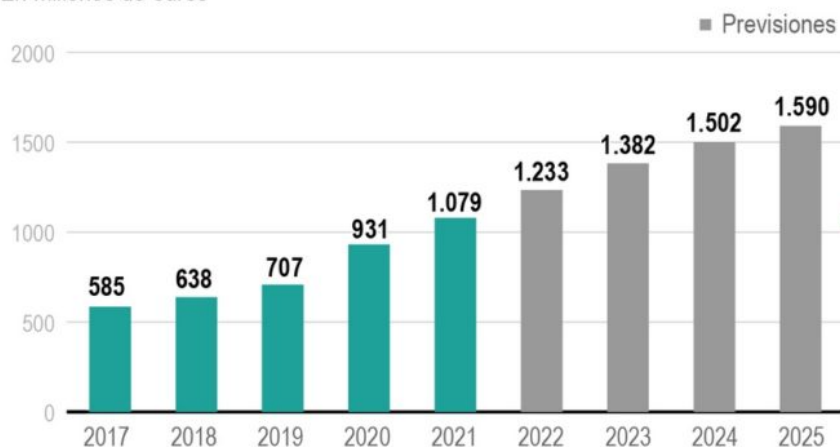
Se mantiene igualmente la tendencia del auge de los pedidos de comida vegetariana y vegana, con aumentos del 50 % y del 80% respectivamente.

Sector de comida a domicilio español

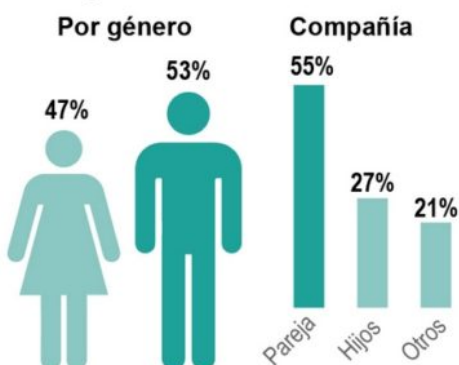
Informe sobre las tendencias de comida a domicilio.

Evolución y previsión del sector de comida a domicilio

En millones de euros



Principales datos del sector en España Año 2020



Fuente: Gastómetro 2021

Tipo de comida más pedida por provincia Año 2020



Borja Garcia / Agencia Efeagro

La pandemia impulsó un 40% los pedidos de comida a domicilio

Otra de claves es la dependencia del móvil, también para comida a domicilio, pues en el último año, el 75 % de los clientes de **Just Eat** han hecho su pedido a través de la aplicación, frente al 25 % que ha utilizado el ordenador.

Y ante el incremento de pedidos también hay más demanda de variedad, lo que se traduce en una clara sustitución de unos productos como **bocadillos** y platos básicos por otros más elaborados.

Como consecuencia, en 2021 ha despuntado igualmente la alta cocina en el **delivery** y sólo en Just Eat se han redoblado la incorporación de chefs con estrella **Michelin**, con presencia de reconocidos cocineros como **Dani García** o **Martin Berasategui**, unos perfiles que han contado con el respaldo de los clientes que han incrementado la demanda un 345 %.

El perfil de los consumidores

El **Gastrómetro** de 2021 dibuja un perfil de consumidor prácticamente igualado por género (53 % hombre y 47 % mujeres), de entre 35 y 55 años -la horquilla que agrupa al 53 % de los clientes- y que vive en una gran ciudad (79 % de los pedidos, frente al 3 % de las zonas rurales y el 18 % de la urbana).

Este usuario pide comida generalmente en pareja (55 %), en familia (27 %) o con amigos (21 %) y, su motivación, una cuarta parte de las veces es que no le apetece cocinar y el 21 % que tiene un capricho.

Un sector compatible con la hostelería

El presidente de **Hostelería de España**, José Luis Yzuel, ha participado en la presentación del estudio para agradecer la *“cercanía”* que ha ofrecido el reparto de comida a los clientes, especialmente durante la **pandemia**, cuando ayudó a *“tirar el carro”*.



El presidente de Hostelería de España, José Luis Yzuel.

Ha abundado en que es un servicio *“compatible con la hostelería”* y que *“ha llegado para quedarse”* en la vida de los ciudadanos y en un sector *“al que hace mejor, pues ayuda a posicionar los establecimientos”*.

El presidente de Marcas de Restauración, Carlos Pérez Tenorio,

ha señalado en su turno de intervención que el canal ganó fuerza con la llegada de los agregadores como Just Eat y que en pandemia ha tenido una gran eclosión, si bien según los datos de sus locales apunta a que el crecimiento *“se empieza a moderar”*.

Entre los retos pendientes del sector, la regulación de los repartidores a través de la conocida como Ley Rider, aprobada en agosto, y el **ajuste** de los márgenes para mejorar la rentabilidad de las empresas que intervienen en el proceso.

Tareas pendientes

.El director general de Just Eat España, Patrik Bergareche, ha situado este martes la firma de su convenio de empresa, que negocia con CC00 y UGT *“antes de que acabe el año”, y que busca seguir “innovando y protegiendo los derechos de los trabajadores”*.

Así lo ha puesto de manifiesto en la presentación de la IX edición del **Gastrómetro** sobre hábitos de consumo en la **comida a domicilio** que se ha presentado este martes en Madrid.

Just Eat, que siempre trabajó con repartidores y empresas de logística, pretende dar un paso más así a la regulación de los repartidores, un proceso en el que se encuentran inmersos todos los operadores desde la aprobación de la Ley Rider el pasado verano.

Con esta norma, ha apuntado, se va a homogeneizar la situación de partida de todas las empresas de reparto que han estado envueltas en un entorno muy *“competitivo”* para ganar cuota de mercado y ahora *“jugamos todos con las mismas reglas”*.

“El estatus actual no nos lleva a buen puerto”, ha añadido, si bien *“a partir de ahora “todos tendremos los mismos gastos”*.

Además, ha hecho autocrítica con haber maleducado al consumidor en que los envíos son gratis, cuando *“todo el proceso es muy difícil y tiene un coste”*.

Sobre este asunto, el presidente de Marcas de Resatauración, Carlos Pérez Tenorio ha recordado que el delivery era un canal

“muy disruptivo” para el que ha hecho falta madurar en conceptos como las relaciones laborales y las ganancias y que ahora toca una etapa de *“reequilibrio económico”*.