



Nota de prensa
19 de enero, 2021

Según la 11ª edición del Barómetro FOOD de Edenred

El 89% de los españoles demanda ofertas más saludables en los restaurantes

- **El Barómetro FOOD 2020 de Edenred revela que, tras el confinamiento, hay un mayor interés por parte de la población española en consumir productos frescos y menús con opciones saludables en los establecimientos.**
- **El 80% considera que la COVID-19 les ha hecho ser más conscientes de su salud y de llevar una dieta más saludable.**
- **Más del 95% de los encuestados echa en falta más opciones de take away y delivery por parte de la restauración española.**
- **Los españoles son los europeos que demandan más oferta saludable y mayor variedad de comida a domicilio en los restaurantes locales.**

Edenred, líder global en soluciones de pago para las empresas, presenta una nueva edición del Barómetro FOOD sobre los hábitos de alimentación saludable. Este año, el estudio ha analizado el consumo alimentario durante el confinamiento y las demandas de los consumidores en la nueva normalidad. En el mismo, destaca la creciente preocupación de los españoles por una comida sana. Es más, el 89% de los encuestados demanda ofertas más saludables en los restaurantes.

Entre las opciones asociadas a este concepto ocupa el primer lugar los productos frescos, elegidos por el 68% de los consumidores. Además, hay una demanda clara, por parte del 51%, de una mayor oferta de recetas y platos, indicadas como opción saludable, en los menús de los restaurantes.

Asimismo, dos de cada diez encuestados quiere que los establecimientos señalicen sus productos con el semáforo nutricional Nutriscore. En menor medida, los españoles

también quieren más ensaladas (un 23%) y opciones veganas o vegetarianas (un 19%).

El confinamiento dispara el gasto en alimentación

Durante los meses de confinamiento, los españoles se vieron obligados a invertir más en comida y en bebida. Según el barómetro FOOD 2020, el 74% de los españoles tuvieron que aumentar su presupuesto en la alimentación del hogar.

Además, el 41% de las personas que dejaron de recibir vales o tarjeta de comida por parte de su empresa reconoce haber perdido poder adquisitivo como consecuencia.

Por otro lado, el coronavirus también ha aumentado la preocupación de los españoles por su nutrición. Casi el 80% de los encuestados asegura que la crisis de la COVID-19 les ha hecho ser más conscientes de su salud y de llevar una dieta más saludable.

Más delivery y take away

La nueva normalidad ha cambiado la forma de consumir. Durante estos meses, hemos pasado más tiempo en los hogares que en los restaurantes. Por ello, los consumidores echan en falta más oferta con respecto al delivery y al take away. El 96% de los españoles espera que los restaurantes desarrollen su oferta de servicio a domicilio y recogida en los próximos meses.

Durante el confinamiento, el 48% de los españoles pidió comida a domicilio, haciéndolo en su gran mayoría a restaurantes con los que estaban familiarizados. Son muy pocos (8%) los que optaron por pedir a establecimientos que no conocían. Además, el 93% asegura estar interesado en contar con más información sobre los restaurantes en los que se puede pedir a través de plataformas de delivery y pagar con vales o tarjeta de comida.

La demanda española por platos más saludables, por encima de la media mundial

La 11ª edición del Barómetro FOOD de Edenred también ha preguntado al resto del mundo por sus hábitos alimenticios tras la pandemia. En este sentido, España está a la cabeza en concienciación sobre comida saludable.

De este modo, el 89% de los encuestados que demandan ofertas más sanas en los restaurantes representan la cifra más alta de Europa y la cuarta del mundo, solo superada por Brasil (90%), Perú (90%) y Colombia (92%). En Europa, Grecia, Francia y Austria siguen con poca distancia los pasos de España (87%, 79% y 78% respectivamente).

Algo similar ocurre con el requerimiento de que los restaurantes amplíen su oferta de take away y delivery. Aunque, en líneas generales, la mayor parte de los países reclaman, tras la pandemia, una mayor oferta de comida a domicilio y para llevar, la demanda por parte del 96% de los españoles es la más alta de Europa, tras Rumania (93%) y Polonia (91%) y la segunda del mundo, junto a Argentina y Colombia y solo superada por Perú (97%).

Los restaurantes españoles, los más afectados por la crisis

Este estudio también ha analizado la situación de los restaurantes durante la pandemia y su adaptación a la nueva situación. Los restaurantes españoles se encuentran entre los más afectados por la crisis, ya que el 37% afirma haber cerrado por completo su restaurante sin ofrecer ningún tipo de servicio (delivery o take away). Esta cifra sitúa al país muy por encima de la media europea del 27% y le emplaza como el país de Europa con más restaurantes cerrados solo superado por Bulgaria (40%) y seguido de Grecia (36%), Francia (35%) e Italia (33%).

Además, el 76% de los restaurantes nacionales reconoce haber perdido clientes durante el confinamiento, superando también a la media europea situada en el 65%. Como dato positivo, el análisis revela que el 49% de los establecimientos de España estima haber obtenido nuevos clientes durante estos meses, muy por encima de los números de Europa (29%). Esta captación fue posible gracias a que los restaurantes españoles pusieron en marcha, por primera vez, servicios de entrega a domicilio (24%) y de comida para llevar (24%).

Barómetro FOOD

El Barómetro FOOD es una de las actividades que se realizan dentro del marco del Programa FOOD (Fighting Obesity through Offer and Demand), un proyecto europeo que tiene el objetivo de fomentar la alimentación saludable para luchar contra la obesidad. En España, este proyecto está impulsado por Edenred y Ticket Restaurant®, que están asesorados por la Academia Española de Nutrición y Dietética en las acciones relacionadas con alimentación saludable.

En la decimoprimer edición de este estudio, se ha realizado una encuesta global en 22 países a un total de 40.054 personas y más de 2.300 restaurantes. En España, han participado 3.627 personas ubicadas en diferentes ciudades de la geografía nacional.

Para **Manuel Asla**, director de marketing de Edenred España *“el Barómetro FOOD es un referente para detectar tendencias en el sector de la restauración española y la alimentación saludable es una de ellas. El confinamiento y la nueva normalidad han modificado los hábitos de los españoles, hoy más preocupados por su dieta y por consumir productos de calidad. Desde Edenred, nos empleamos a fondo para contribuir a que el comer fuera de casa sea una opción cada vez más sana y equilibrada”*.

Edenred es una plataforma líder de servicios y pagos y el compañero diario para las personas en el trabajo, conectando a 50 millones de empleados y 2 millones de socios comerciales en 46 países a través de más de 850.000 clientes.

Edenred ofrece soluciones de pago para alimentos (vales de comida), flota y movilidad (tarjetas de combustible), incentivos (vales de regalo) y pagos corporativos. Estas soluciones mejoran el bienestar de los empleados y su poder adquisitivo, mejoran el atractivo y la eficiencia de las empresas y revitalizan el mercado laboral y la economía local.

Los 10.000 empleados de Edenred están comprometidos en hacer del mundo del trabajo un ecosistema conectado que sea más seguro, más eficiente y más fácil de usar todos los días.

En 2019, gracias a sus activos tecnológicos globales, el Grupo gestionó un volumen de negocio de 31.000 millones de euros, principalmente a través de aplicaciones móviles, plataformas en línea y tarjetas.

Edenred cotiza en la bolsa de valores Euronext de París y está incluida en los siguientes índices: CAC Next 20, FTSE4Good, DJSI Europe y MSCI Europe.

Para más información, visita: www.edenred.es

Los logos y otras marcas registradas mencionadas y presentes en este comunicado de prensa son propiedad de Edenred. S.A., sus subsidiarias o terceros. No pueden ser utilizados para uso comercial sin contar con consentimiento por escrito de sus propietarios.



Edenred celebra su décimo aniversario en 2020.

CONTACTO

Manuel Asla
Tel. +34 91 125 45 00
marketing-es@edenred.com

Agencia de prensa de Edenred

Irene Cobo
Tel. +34 915 77 92 72
irene.cobo@evercom.es

David Olivares
Tel. +34 915 77 92 72
david.olivares@evercom.es