

SER FOODIE EN AMÉRICA LATINA

AmexForFoodies es una comunidad para compartir la pasión por la gastronomía.

Es un programa de experiencias gastronómicas curadas por expertos en todo Latinoamérica.

Con el objetivo de conocer en profundidad al consumidor, desarrollamos un estudio regional coordinado por **Voices!** para conocer los hábitos de disfrute del buen comer y beber, gustos y preferencias de los foodies latinoamericanos.

FOODIES INSIDE OUT

EL PRINCIPAL DISFRUTE DE LOS FOODIES DE LATINOAMÉRICA ES COCINAR.

Le sigue bastante por detrás conocer acerca de los procesos e ingredientes y luego, comer afuera.



58% Cocinar



27% Conocer procesos e ingredientes



15% Comer afuera

SER FOODIE ES UNA PASIÓN COMPARTIDA.

La pareja es el principal compañero de aventuras. Luego le siguen los amigos, que pasan a la cabeza en Brasil.



38% Pareja



28% Amigos



15% Familia

62%

Tiene un grupo de amigos con los que se junta a probar nuevas recetas o comida rica en sus hogares.

51%

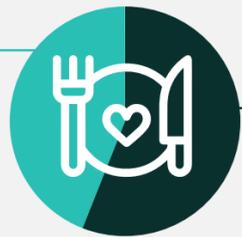
Tiene un grupo de amigos con los que prueba nuevas recetas en restaurantes.

LO QUE SE HEREDA NO SE HURTA.

4 de cada 10 foodies declaran que heredaron esta pasión mientras que 6 de cada 10 afirman ser punta de lanza.

44%

Lo heredé



56%

Despertó en mí

FACTORES QUE CONTRIBUYERON A FORJARLOS COMO FOODIES.



50% Revalorización social de la actividad de cocinar y comer.



48% Documentales sobre chefs y gastronomía moderna.



34% Creciente oferta de restaurantes y tipos de gastronomía.



33% Competencia de cocina en TV.

EL BUEN COMER Y BEBER

INGREDIENTES DE CALIDAD Y PLATOS ATRACTIVOS A LOS OJOS, LO MÁS ASOCIADO AL BUEN COMER Y BEBER POR LOS FOODIES DE LATINOAMÉRICA.



59%

Ingredientes de calidad

38%

Innovación

47%

Atractivo a los ojos

PROGRAMA IDEAL DE LOS FOODIES.

53%

Probar nuevos estilos de comida

29%

Vivir experiencias novedosas

11%

Descubrir chefs emergentes

7%

Degustar clásicos de chefs consagrados



78%

Señala que cuando viaja, parte de la decisión del destino tiene que ver con el buen comer y beber.

LAS TARJETAS MARCAN TENDENCIA PARA LOS FOODIES.

37%

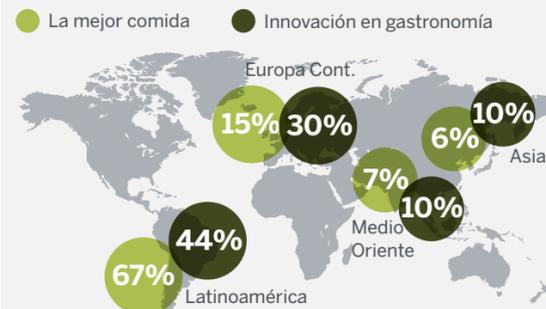
Reconocen a las tarjetas como recomendadoras de lugares de buen comer y beber.



TENDENCIAS

FOODIES AMAN LATINOAMÉRICA.

Los Foodies de Latinoamérica señalan su región como la de mejor comida y la de mayor innovación.



Atributos mejor cocina: fusión de sabores, condimentos/ sabores únicos, tradiciones.

EL INGREDIENTE ESTRELLA ES LOCAL.

Quínoa es el ingrediente indiscutido del momento, le siguen la palta, el salmón y la chíá.



42% Quínoa



25% Palta



24% Salmon



23% Chíá

TENDENCIAS EN EL BUEN COMER Y BEBER.

Los foodies de Latinoamérica destacan a la comida fusión, seguida por la slow food y el efecto sorpresa.

45% Comida fusión | 29% Slow food | 27% Efecto sorpresa

EXPERTO EN SOCIAL MEDIA.

Los apasionados locales de la gastronomía son usuarios intensivos de redes sociales y aplicaciones gastronómicas.



83% Visita sitios online de cocina con regularidad.

82% Sigue a Chef/ cocineros en las redes sociales.

74% Usa apps de cocina / recetas.

61% Suele sacar fotos de lo que come y compartirlas en las redes sociales.

56% Suele calificar en alguna red social o aplicación la calidad del servicio y la comida cuando sale a comer afuera.

ORGULLOSAMENTE FOODIE.



92%

Se siente orgulloso/a de ser la persona a la que se le pide opinión sobre dónde ir a comer o qué cocinar para una reunión.

ALGUNOS DATOS POR PAÍS

Argentina
El interés por el slow food es mayor y la palta es el ingrediente del momento.

Brasil
Valoran el lugar y se interesan más por los procesos e ingredientes que en los otros países. Casi la mitad cree que las tarjetas pueden ser recomendadoras de lugares.

Chile
Hay especial interés por los perfiles de chefs y los libros de cocina. La cúrcuma se destaca como el ingrediente del momento.

Colombia
En Colombia crece significativamente el interés por la comida fusión y el ingrediente favorito es el salmón.

Costa Rica
Se destacan por un uso intenso de redes sociales, califican los servicios, suben fotos de lo que comen y usan apps de restaurantes. Además, hay más foodies salidores.

Perú
El orgullo de ser foodie es más alto. Entre los foodies nativos de este país, reconocen a la madre como influencia indiscutida. Valoran fuertemente la comida de la región.

Metodología

Con una metodología de encuestas en línea, American Express y Voices!, empresa con foco en la investigación social, política y de mercado, realizaron el estudio "Ser Foodie en Latinoamérica", para el cual entrevistaron a 530 foodies entre 25 y 55 años, en Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, Colombia y Perú (con un promedio de 85 encuestas por país), durante abril del 2018.