



PULSO CIUDADANO

Abril 2025 / 01 al 09 de abril de 2025

Consumo de Fast Food



ACTIVA | KNOWLEDGE FOR ACTION





METODOLOGÍA

Metodología

Diseño de Investigación	Estudio cuantitativo, sobre la base de entrevistas online a través de un panel representativo con cobertura nacional.
Población en estudio	Público en general, hombres y mujeres mayores de 18 años, pertenecientes a los grupos socioeconómicos ABCD, y residentes de todas las provincias del país
Diseño muestral	<p>Diseño No probabilístico. Se realizó un total de 804 entrevistas estratificadas proporcionalmente por las variables de Edad, GSE, Zona y Género.</p> <p>Con el objetivo de proyectar resultados poblacionales, la muestra fue ponderada de acuerdo al peso real de cada segmento: Edad, Zona, GSE, Género.</p> <p>El margen de Error Muestral para el total de la muestra es de un +/- 3.4%, bajo supuestos de aleatoriedad simple, un nivel de confianza del 95% y varianza máxima de los estimadores.</p>
Selección muestral	Selección en base a un panel online con una tasa de respuesta del 12%. El panel utilizado corresponde a la empresa OpinandoOnline www.opinandoonline.com . Panel en proceso de certificación Norma ISO 26.362
Instrumento de medición	Cuestionario de 9 minutos de duración promedio.
Fecha de campo	Realizado del 01 al 09 de abril
Desarrollado por	Este estudio ha sido elaborado en su totalidad por Activa.
Financiamiento	Estudio financiado en un 100% por Activa.

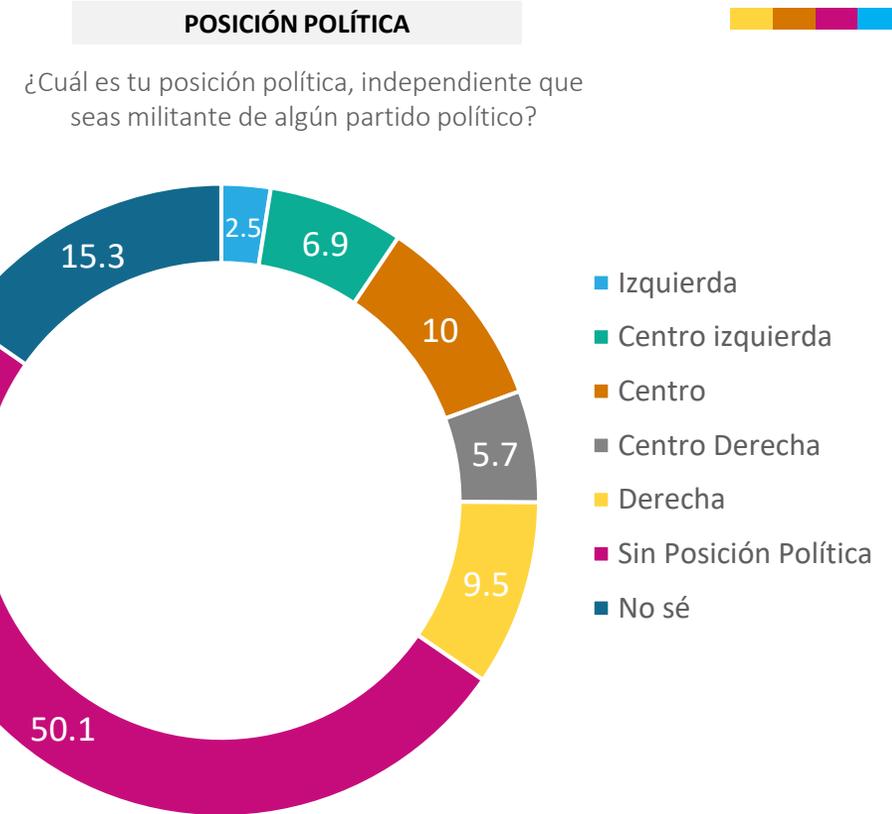
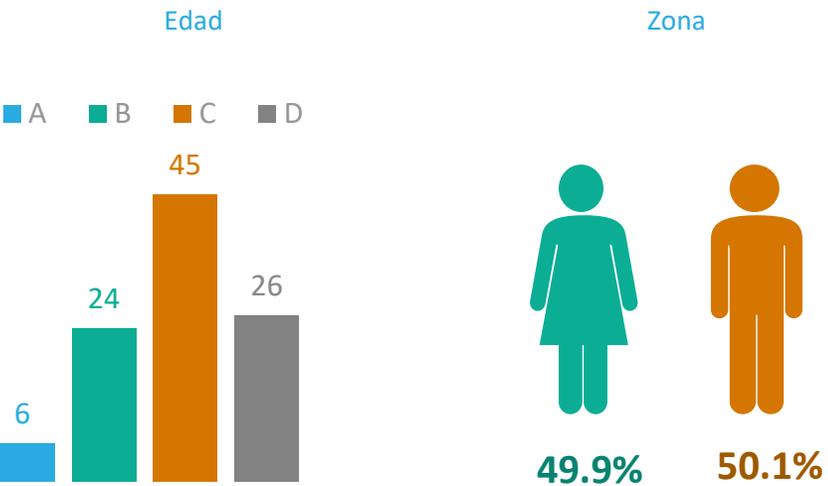
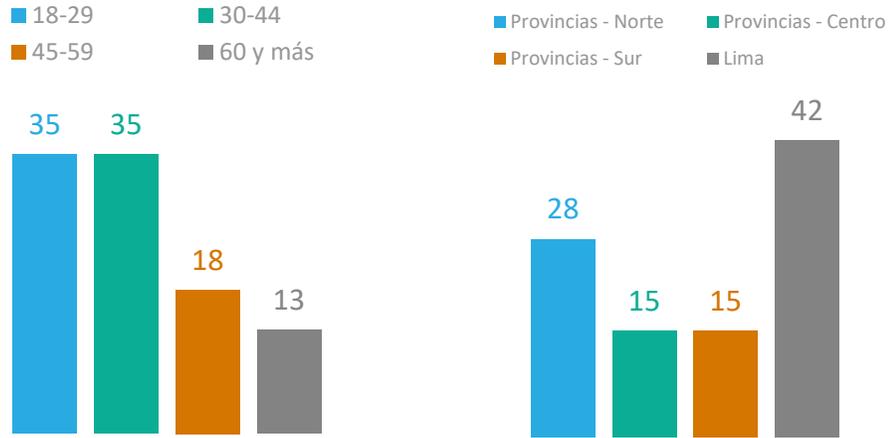
Tamaño y segmentación muestral

Variable	Segmentos	Tamaño Muestral	Error Muestral Máximo(*)
GSE	A	44	8%*
	B	189	5.4%*
	C	361	6.2%*
	D	210	10.3%*
EDAD	18 – 29	281	6.3%*
	31 – 44	278	5.6%*
	45 - 59	143	7%*
	60 y más	101	11.4%*
GÉNERO	Hombre	403	4.9%*
	Mujer	401	4.8%*
ZONA	Provincias	463	4.4%*
	Lima	341	5.1%*
Total		804	3.4%*

- Para proyectar resultados poblacionales, cada segmento fue ponderado por su peso real en la población.
- Las variables de ponderación son a nivel de: edad, género, zona y GSE.

(*) Error muestral calculado bajo supuesto de aleatoriedad simple, un nivel de confianza del 95% y varianza máxima del estimador proporcional.

Perfil de ponderación



ACTIVA

Consumo de Fast Food



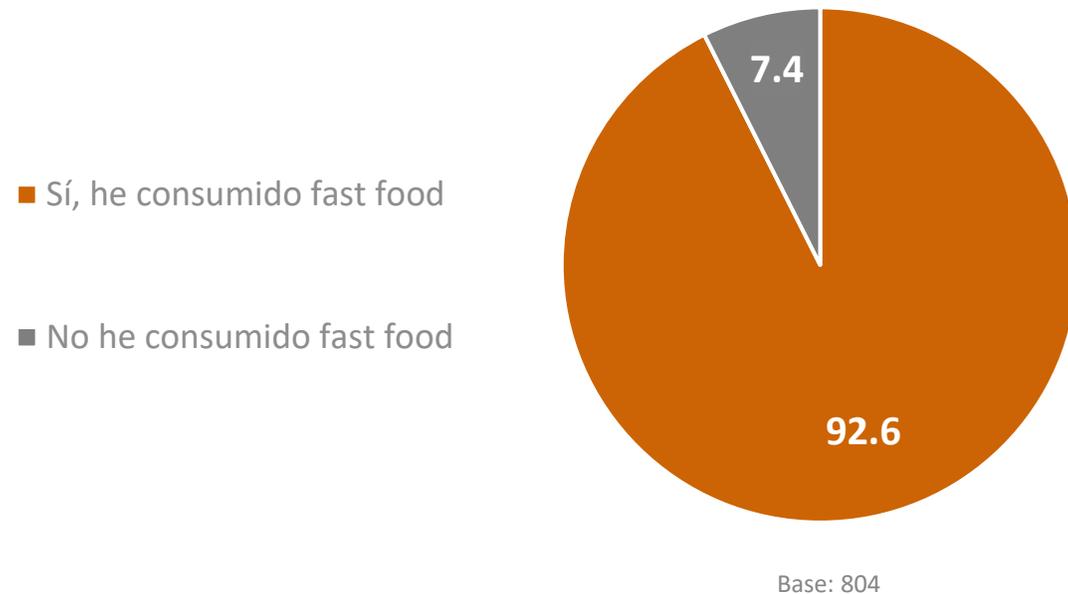
PULSO
CIUDADANO

Gastos por consumo de fast food

- La comida rápida, o fast food, es aquella que se prepara y sirve en poco tiempo, como hamburguesas, pollo broaster, pizza o chifa. ¿Alguna vez has consumido este tipo de comida?

La mayoría de los participantes **ha consumido fast food (92.6%)**, esto denota que la comida rápida tiene una **fuerte presencia** en el mercado y es de **alto consumo**.

¿Has consumido alguna vez fast food?



Gastos por consumo de fast food

- Pensando en las veces que compras comida rápida, ¿cuánto dinero gastas en promedio en cada ocasión?

El gasto promedio en compra de fast food por ocasión es de S/ 74.

El gasto promedio más alto se encuentra en el NSE A (S/ 100), y el segmento entre 30 a 44 años (S/ 82).



APERTURA POR SEGMENTOS

NSE

A	B	C	D
S/ 100	S/ 72	S/ 56	S/ 47

EDAD

18-29	30-44	45-59	60 a más
S/ 66	S/ 82	S/ 73	S/ 68

SEXO

Hombre	Mujer
S/ 68	S/ 79

ZONA

LIMA	PROV
S/ 78	S/ 69



Tipos de fast food y frecuencia de consumo

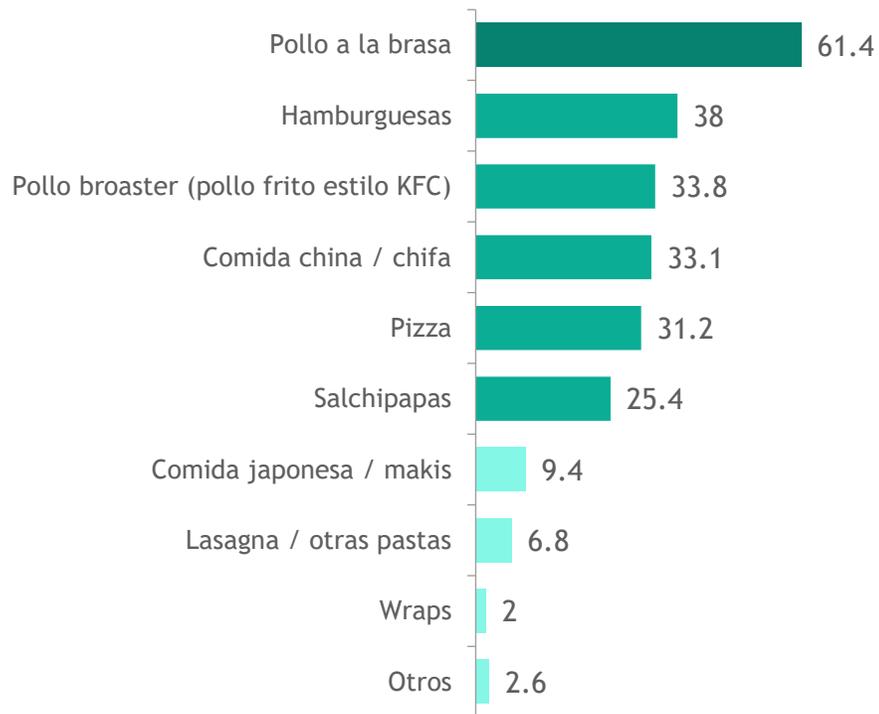
- De los siguientes tipos de comida rápida (fast food), ¿cuál consumes con mayor frecuencia?

El tipo de **fast food más consumido** es **el pollo a la brasa**, principalmente por los que tiene entre 30-44 años y del NSE B, seguido de las **hamburguesas (38%)**, aunque en menor proporción.



APERTURA POR SEGMENTOS

TIPOS DE FAST FOOD



	A	B	C	D	18-29	30-44	45-59	60 a más	Hombre	Mujer	Prov	Lima
Pollo a la brasa	63,4	66,7	58	62	51	76,1	48,2	70,2	61	61,9	59,9	63,4
Hamburguesas	57,2	42,4	37,9	29,8	42	39,8	33,6	27,7	42,5	33,6	42	32,7
Pollo broaster (pollo frito estilo KFC)	57	38,1	41	11,9	29,4	38,8	37,5	27,7	31,9	35,7	29,9	39,1
Comida china / chifa	51,5	47,8	29,1	22,6	20,8	37,4	48,7	35,3	32,6	33,7	30,9	36,1
Pizza	65,2	51,9	27,8	10,4	21	36,7	36,1	39,2	32,9	29,6	31,8	30,5
Salchipapas	33,6	25,3	23,5	27,1	25,5	32,7	18,4	15,2	26,2	24,7	26	24,6
Comida japonesa / makis	15,6	8,9	8,8	9,8	10,9	13,3	5	1	5,6	13,2	8,1	11,3
Lasagna / otras pastas	12,6	7,2	2,1	13,5	3,7	12,2	3,8	5,8	3,6	10	4,2	10,4
Wraps	9,5	1,8	0,9	2,2	3	1,3	2,4	0,2	1,2	2,7	1,5	2,5
Otros	0,4	1,8	2,1	5	3,7	0,5	4	3,4	3	2,3	2,3	3

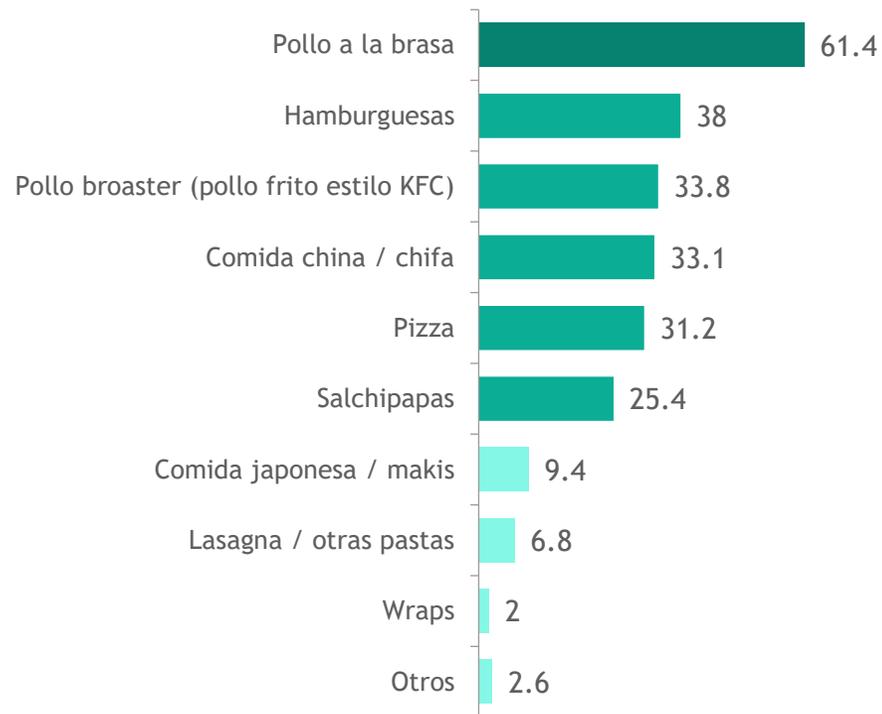
Tipos de fast food y frecuencia de consumo

- ¿Con qué frecuencia consumes fast food?

En cuanto a la frecuencia de consumo, **se evidencia una tendencia similar en los diversos tipos de fast food**, con mayor incidencia de una vez al mes, seguido de una vez a la semana.



TIPOS DE FAST FOOD



FRECUENCIA DE CONSUMO

POLLO A LA BRASA

Todos los días	0%
Varias veces a la semana	7%
Una vez a la semana	29%
Una vez al mes	45%
Menos de una vez al mes	19%

HAMBURGUESAS

Todos los días	1%
Varias veces a la semana	9%
Una vez a la semana	40%
Una vez al mes	39%
Menos de una vez al mes	12%

POLLO BROASTER

Todos los días	1%
Varias veces a la semana	9%
Una vez a la semana	31%
Una vez al mes	45%
Menos de una vez al mes	14%

COMIDA CHINA/CHIFA

Todos los días	1%
Varias veces a la semana	9%
Una vez a la semana	33%
Una vez al mes	46%
Menos de una vez al mes	11%

PIZZA

Todos los días	0%
Varias veces a la semana	2%
Una vez a la semana	34%
Una vez al mes	42%
Menos de una vez al mes	22%

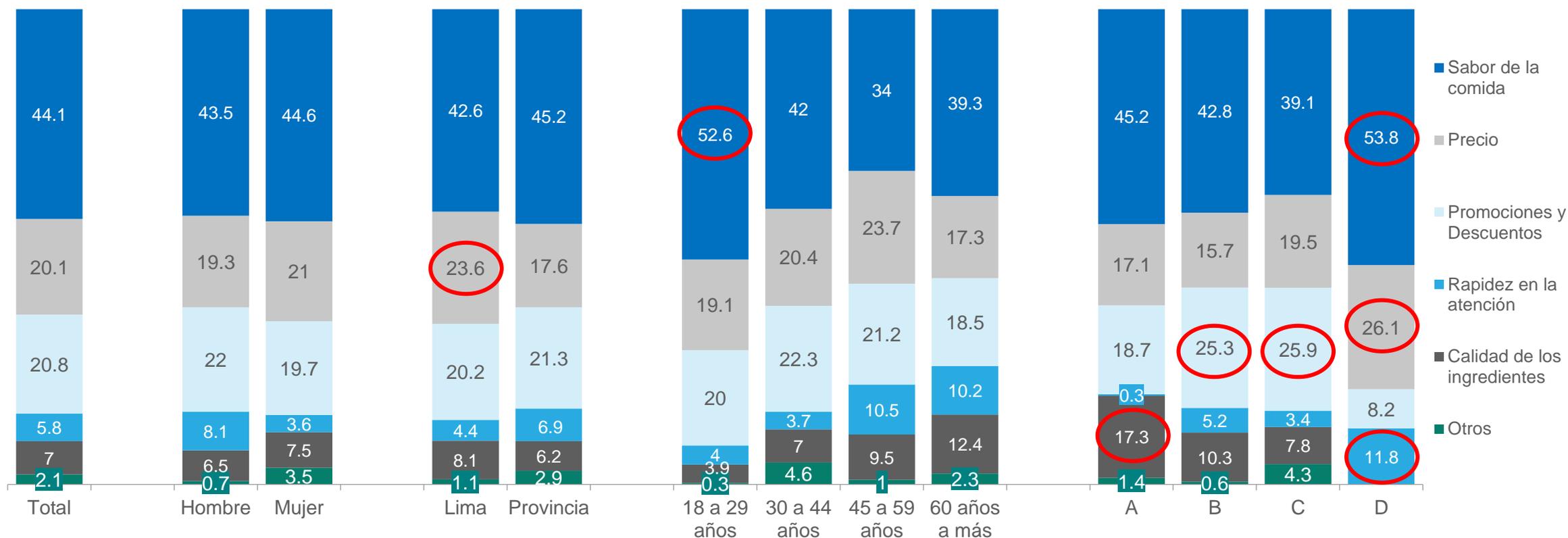
SALCHIPAPAS

Todos los días	0%
Varias veces a la semana	10%
Una vez a la semana	30%
Una vez al mes	45%
Menos de una vez al mes	15%

Criterios para la decisión de compra

- Al momento de consumir fast food, ¿qué aspecto consideras más importante al elegir un fast food?

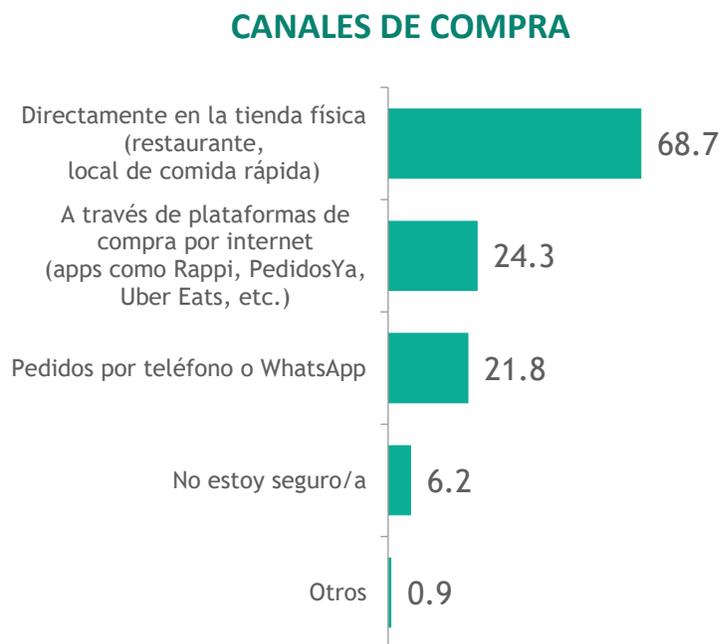
En general, se **valora principalmente el sabor de la comida (44.1%)**. Seguido de las **promociones y descuentos que son importantes para el NSE B y C**. Por último, **para Lima y el NSE D, resulta importante el precio** a la hora de elegir un fast food.



Canales para la compra de fast food

- ¿A través de qué canales sueles comprar comida rápida?

Se observa **una fuerte preferencia por comprar directamente en tiendas físicas (68,7%)**, esencialmente por hombres de entre 30-59 años del NSE C. Otros canales para comprar fast food que también suelen utilizar son las plataformas por internet y pedidos por teléfono o whatsapp.



APERTURA POR SEGMENTOS

	A	B	C	D	18-29	30-44	45-59	60 a más	Hombre	Mujer	Prov	Lima
Directamente en la tienda física (restaurante, local de comida rápida)	66,7	62,5	72,4	68,3	62,7	72,1	75,7	66,7	73,9	63,6	69,5	67,6
A través de plataformas de compra por internet (apps como Rappi, PedidosYa, Uber Eats, etc.)	49,3	35,6	25,5	6,1	21,1	27,2	26	23,4	25,2	23,4	23	26,1
Pedidos por teléfono o WhatsApp	43,8	30	19,3	13,8	18,8	26,9	14,5	27	18,1	25,5	20,8	23,2
No estoy seguro/a	1,3	2,4	1,3	19,5	12,3	4,6		1,7	5,2	7,2	6,9	5,3
Otros	0,4	0,3	1,9		1	0,8	0,1	2,3		1,9	1,1	0,8



PULSO CIUDADANO

Abril 2025 / 01 al 09 de abril de 2025

Consumo de Fast Food

