digital insights

FOODTALK
El Salvador

Septiembre

El consumidor vuelve a salir, pero con un presupuesto más bajo.

digitalinsights

¿Qué es FoodTalk?

Un informe mensual que traduce comportamiento del consumidor, conversación digital y pauta del sector restaurantes en decisiones comerciales, promocionales y de contenido.

116
Marcas de restaurantes monitoreadas en redes sociales.

16
Categorías gastronómicas comparadas mes a mes.

2,105
Anuncios activos de 73 anunciantes analizados en Meta.

4
Fuentes integradas: sondeo al consumidor, social listening, pauta digital y datos económicos.

No solo muestra qué pasó:
explica qué significa para su marca.

digitalinsights

Lo que tiene que saber este mes



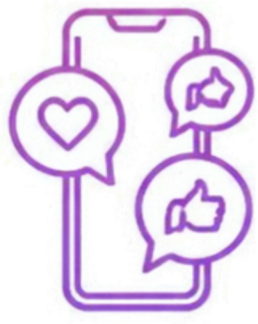
Más gente sale a comer, pero menos seguido:

Quienes no visitaron restaurantes bajan de 35.9% a 24.3%, pero la visita mensual se dispara de 14.1% a 31.6%.



El precio decide quién entra a la competencia:

74.9% elige principalmente por precio y 63.5% cambiaría de marca por una opción más barata.



La atención digital se reparte:

Hot Dog sigue primero con 24.1% de las reacciones, pero Pizza ya llega a 18.4%.

digitalinsights

El ánimo mejor, el bolsillo todavía no.

26.2%

Evalúa su situación económica como buena o muy buena: el nivel más alto de la serie.

43.0%

Dice que sus gastos superan sus ingresos y tiene que pedir prestado.

76.3%

Siente que su dinero rinde menos que hace un año.

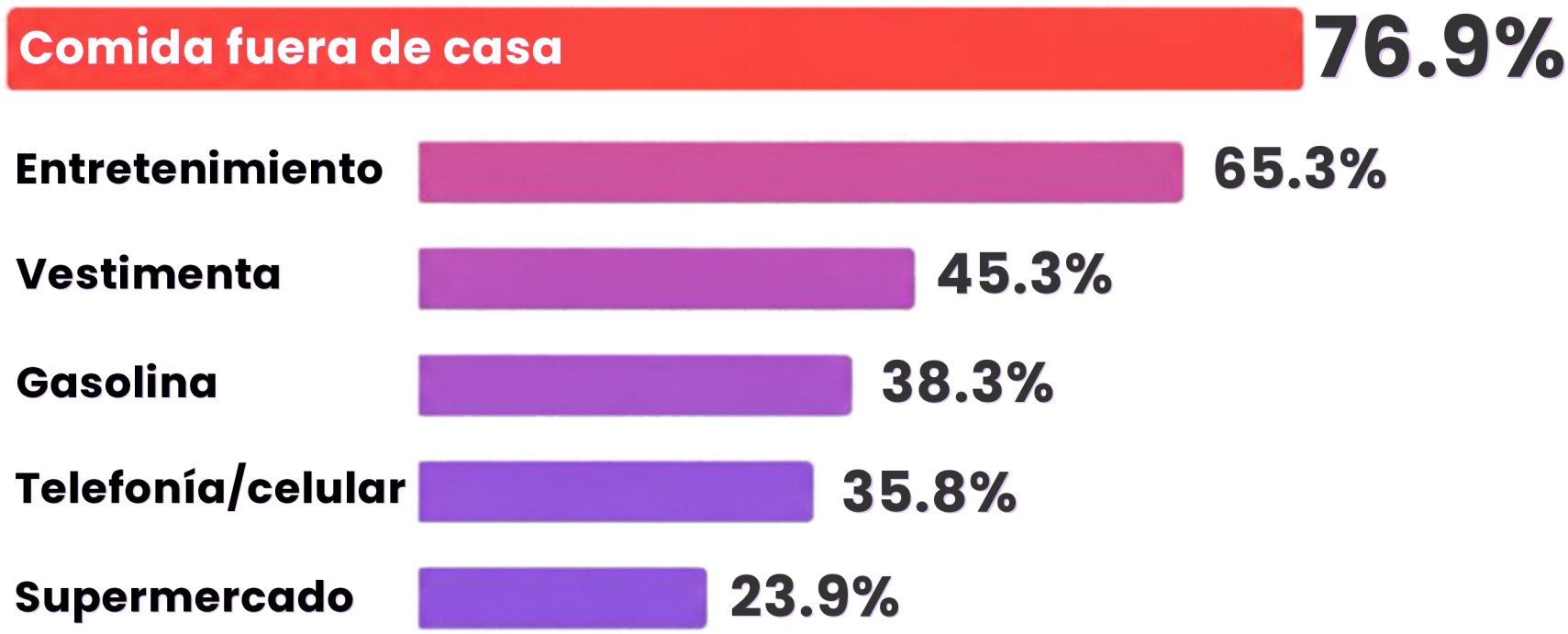
3.19%

De inflación en agosto, con restaurantes y hoteles en 4.54% y transporte en 8.23%.

EL RIESGO PARA EL SECTOR

Comer fuera es lo primero que se recorta.

Si la economía empeora, **76.9%** recortaría primero la comida fuera de casa.

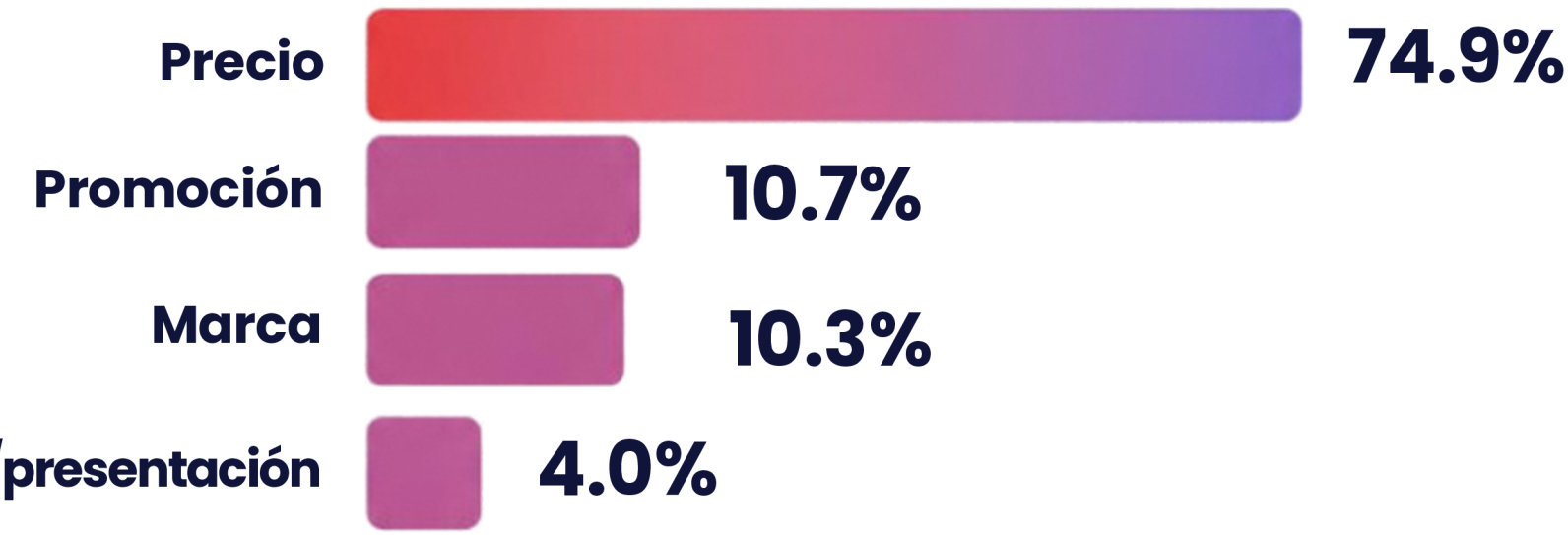


Cada salida a comer tiene que justificarse.

digitalinsights

El precio dejó de ser un atributo: es el filtro de entrada.

¿Qué pesa más hoy al elegir un producto?



63.5%

está bastante o totalmente dispuesto a cambiar de marca por una opción más barata

24.8%

compra igual que antes; el resto ya compra menos, cambia de marca o busca promociones

digitalinsights

Vuelve al restaurante pero espacia la visita.

	AGOSTO	→	SEPTIEMBRE
No visitó restaurantes	35.9%	→	24.3%
Visita mensual	14.1%	→	31.6% *(más que se duplica)*
Visita quincenal	25.3%	→	19.3%
Visitante ocasional			51.3% *(su nivel más alto de la serie)*

El reto ya no es solo atraer. es darle una razón para volver antes.

El gasto se recentra en el ticket medio.

El consumidor no busca solo lo más barato: busca una salida que valga la pena sin llegar a lo premium.

Hasta $5	**43.8%**	→	**39.4%**
De $6 a $20	**34.4%**	→	**43.0%**
Más de $20	**21.8%**	→	**17.6%**

La oportunidad está en el combo que se siente completo, no en el más barato.

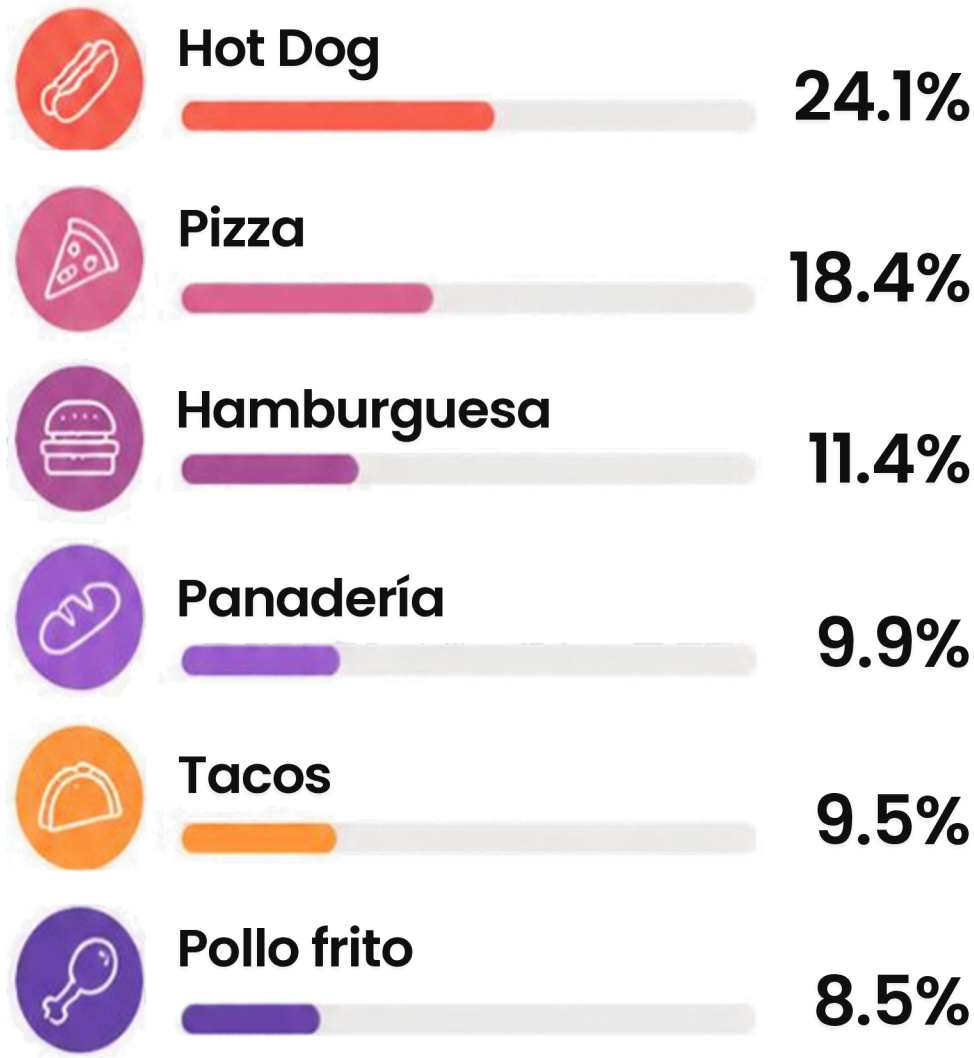
digitalinsights

La atención digital se vuelve más disputable.

digitalinsights

2.26 millones de reacciones en septiembre (−4.8% vs. agosto).





224K → 417K

Pizza casi duplica sus reacciones

91K → 225K

Panadería entra a competir de verdad

digitalinsights

FOODTALK

Escríbenos a info@digitalinsightsla.com